



Institutionen för skogens produkter och marknader

Besökarstudie i Kilsbergens rekreatiomsområden
– En metod för att utveckla rekreatiomsmöjligheter
på Sveaskogs marker

Visitor survey in the recreation areas of Kilsbergen
– *A method to develop opportunities for recreation*
in the forests of Sveaskog

Johanna Fransila



Institutionen för skogens produkter och marknader

Besökarstudie i Kilsbergens rekreatiomsområden
– En metod för att utveckla rekreatiomsmöjligheter
på Sveaskogs marker

Visitor survey in the recreation areas of Kilsbergen
– *A method to develop opportunities for recreation*
in the forests of Sveaskog

Johanna Fransila

Examensarbete 20 poäng, D-nivå i ämnet skogshushållning
Johanna Fransila, skogsvetarprogrammet 98/02

Handledare: Anders Lindhagen

FÖRORD

Detta examensarbete har utförts vid Institutionen för skogens produkter och marknader vid Sveriges lantbruksuniversitet i Uppsala. Sveaskog är uppdragsgivare samt finansiär och utan dem skulle aldrig detta arbete blivit utfört. Sveaskog har tänkt att använda detta arbete som en modell vid vidare arbete i andra rekreatiomsområden och i utveckling av verksamhetsområdet Naturupplevelser. Arbetet omfattar 20 poäng men har gjorts under en ettårsperiod för att kunna innefatta relevanta årstidsvariationer i besöksmönstret.

Först vill jag tacka Bo-Göran Karlsson på Sveaskog som hjälpt till med formuleringen av målet och planeringen för detta examensarbete, han är också en av dem som fått Sveaskog att belysa betydelsen av friluftsliv och naturupplevelser i skog och mark. Jag vill också tacka alla som ställt upp med att besvara enkäterna till denna studie, utan dessa insatser hade det inte gått att utföra detta arbete. Vidare riktar jag ett tack till personalen på Fritid Kilsbergen, som hjälpt till att svara på frågor och förklara hur den praktiska förvaltningen av ett friluftsområde kan utföras. Givetvis riktar jag ett stort tack till min handledare Anders Lindhagen på Institutionen för skogens produkter och marknader som har bidragit med stor ämneskunskap och hjälp med utformning av enkätstudien, samt många timmars diskussioner i samband med sammanställandet av detta arbete.

Uppsala maj 2003

Johanna Fransila

SAMMANFATTNING

I detta examensarbete presenteras en metod som på ett effektivt sätt kan användas för att ta reda på hur Sveaskog kan utveckla möjligheterna för fler att nyttja Sveaskogs marker för naturupplevelser. En del av syftet är också att ta reda på vilka som idag besöker friluftsområdet och varför de gör det. Vidare diskuteras det i arbetet om och hur Sveaskog skulle kunna få intäkter från besöksnäringen. Metoden är tänkt att kunna användas i liknande områden för att samla kunskap om vad som är önskvärt i rekreationsområden.

Studien är gjord i Kilsbergen som ligger cirka 20 kilometer nordväst om Örebro. Området runt Ånnaboda är mest studerat eftersom det är den naturliga samlingspunkten för en stor del av friluftslivet.

Två olika postenkäter skickades ut till grupperna Besökare respektive Örebrobor. Örebroborna representerar potentiella besökare som bor i närheten av Kilsbergen. Till vardera grupp skickades 500 enkäter ut. Av "Besökarna" svarade 412 och av "Örebroborna" svarade 318. Enkäten till "Besökare" fördelades över tre säsonger; sommar, höst och vinter. Detta för att sprida studien och få med så många olika "Besökare" som möjligt. Frågorna i enkätformuläret har oftast haft fasta svarsalternativ, det gör det lättare för den som svarar. Svåra frågor riskerar stort bortfall. Många av frågorna refererar till ett specifikt besök för att den som svarar ska ha något konkret fall att tänka på, annars blir svaren lätt generella och den svarande anger omedvetet vad han/hon *skulle vilja* och inte hur det faktiskt *är*.

Kilsbergen är ett populärt utflyktsområde med bred publik. Varje år besöker cirka 500 000 personer området. Besöken är spridda mellan olika säsonger och aktiviteter. Därför kan det vara svårt att vara alla till lags. Vad som kan sägas allmänt om besöken till Kilsbergen, är att de flesta stannar i några timmar, få kommer hit ensamma, nästan alla åker bil och de flesta bor cirka 20 kilometer ifrån området. Gruppen "Besökare" har ett större friluftsintresse och besöker Kilsbergen oftare än gruppen "Örebrobor". "Besökare" har hittat aktiviteter och värden de tycker om i Kilsbergen och för att behålla dem som redan besöker området bör man satsa på fysiska förändringar som till exempel mer leder, kartor och rastplatser. Men för att attrahera potentiella besökare som inte vet om vad som skulle kunna tilltala dem, bör man satsa på organiserade aktiviteter och evenemang för att få upp intresset för Kilsbergen.

Skogsskötseln i friluftsområden är sällan anpassad efter vilka egenskaper som önskas av friluftsutövarna i ett sådant område. Denna studie visar på ett motstånd till död ved eller trädrester. Detta visar på att skötsel för biologisk mångfald inte nödvändigtvis behöver gynna friluftslivet, istället bör båda aspekterna tillsammans med produktion uppmärksammas i ett mångbruk av skogen.

Studien visar en genomsnittlig betalningsvilja på cirka 15 kronor per besök. Inga signifikanta skillnader fanns mellan de som svarade på frågan om hur mycket de var beredda att betala för förbättringar eller de som svarade på frågan om hur mycket de var beredda att betala för att ha kvar standarden. 15 kronor är relativt lite med tanke på den tid som läggs ner i området och hur mycket transporten dit kostar. Men det kan vara minst lika viktigt för ett statligt ägt bolag som Sveaskog att gynna friluftslivet för att förbättra folkhälsan som att få inkomster direkt från friluftslivet.

SUMMARY

In this Master thesis an effective method is presented to find out what is requested in a forest for outdoor recreation. The aim with the study is to find out how Sveaskog can increase the general interest for experiences in nature and improve the access for recreation. Some questions that have been used to answer this purpose are: Who is visiting/not visiting the recreation area? How is it possible to increase the number of visits? The study is carried out in Kilsbergen and mainly centered around Ånnaboda, which is the natural place for people to meet at and undertake recreational activities.

The method that is used is a mail-survey that was sent to visitors and people living in Örebro. People living in Örebro represent potential visitors who live close to the recreation area. 500 surveys were sent to each of the two groups. 412 of the visitors replied while just 318 of the people living in Örebro replied. The respondent rate was large enough to declare the results reliable. The survey of the visitors was spread out over three seasons; summer, autumn and winter, with the reason to discover as many different people and purposes as possible. The questions in the survey were mostly close-ended to make it easier for the respondents, since difficult questions have a risk with a high falling of answers. Many of the questions directly refer to a certain visit; this is to help the respondents think of a specific occasion. Otherwise there is a risk of answering like one *wishes* to answer and not how the situation actually *was*.

Kilsbergen is a popular excursion area with diverse participation among the visitors. Every year about 500 000 people visit the area in different seasons for different activities. This is a reason why it might be hard to please everyone. Generally it could be said that almost everyone stays in the area for few hours, hardly anyone comes alone, most of the people travel by car and live about 20 kilometer from Kilsbergen. The group called “visitors” has a larger interest of outdoor recreation than the people living in Örebro, the “visitors” also go to Kilsbergen more often. To encourage “visitors” continue to visit the area, physical improvements (like hiking trails, maps and picnic areas) are shown to be the best ways, since these people have already found activities and values they like in the area. But to attract new visitors, it is preferred to expand the organization of activities and events.

The managing of forests in an outdoor recreation area is seldom done accordingly to what is wanted by the recreationalist. This study shows that there exists a resistance against appearance of dead trees or branches in the forest. This means that managing for biodiversity does not necessary mean that outdoor recreation is encouraged, instead, both these aspects together with production should be considered in a multiple use of the forest.

The study shows that people in average are prepared to pay about 15 SEK for each visit to Kilsbergen. There are no significant differences between the ones who answered the question about willingness to pay for keeping the standard or the ones answering the willingness to pay for improvements. The charge that is accepted to be paid is rather small compared with the time used for each visit and the cost for transportation to the area. Outdoor recreation is highly valued and also improves the public health. In view of that, it might be as important for a governmentally owned company like Sveaskog to encourage outdoor recreation in order to improve the public health instead of receiving any direct incomes from outdoor recreation.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

| | |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 Inledning | 7 |
| 1.1 Sveaskogs uppdrag..... | 7 |
| 1.2 Kilsbergen | 7 |
| 1.3 Betydelsen av friluftsliv i skogsmark i dagens samhälle | 8 |
| 1.4 Planering för friluftsliv..... | 9 |
| 1.5 Ekonomiska aspekter av skog för rekreation | 9 |
| 1.6 Syfte | 10 |
| 2 Metod..... | 12 |
| 2.1 Val av metod..... | 12 |
| 2.2 Population och urval..... | 13 |
| 2.3 Enkätformuläret | 14 |
| 2.3.1 Bakgrundsfrågor..... | 15 |
| 2.3.2 Betalningsvilja..... | 15 |
| 2.3.3 Syfte med besöket | 15 |
| 2.3.4 Information och marknadsföring..... | 15 |
| 2.4 Test av enkätformulär..... | 15 |
| 2.5 Utskick..... | 16 |
| 2.6 Stansning | 16 |
| 2.7 Statistiska metoder | 16 |
| 2.8 Svarsfrekvens..... | 16 |
| 2.8 Bortfallsanalys | 17 |
| 2.8.1 Skevheter i urvalen..... | 18 |
| 2.8.2 Åldersfördelning..... | 19 |
| 2.8.3 Könsfördelning..... | 20 |
| 2.8.4 Föreningsverksamhet | 21 |
| 2.8.5 Bortfallets betydelse för resultatet..... | 21 |
| 3 Resultat..... | 22 |
| 3.1 Andel som någon gång besökt Kilsbergen/Ånnaboda..... | 22 |
| 3.2 Lång tradition som friluftsområde | 22 |
| 3.3 Besök i Kilsbergen/Ånnaboda | 22 |
| 3.4 Storleken av sällskap..... | 23 |
| 3.5 Avstånd mellan bostad och Kilsbergen/Ånnaboda..... | 24 |
| 3.6 Färd sätt | 25 |
| 3.7 Förbättringar | 26 |
| 3.8 Naturens betydelse | 27 |

| | |
|--------------------------------------------------|-----------|
| 3.9 Betalningsvilja..... | 27 |
| 3.10 Information..... | 29 |
| 3.11 Aktiviteter | 30 |
| 3.12 Syftet med besöket | 32 |
| 3.13 SKÖTSELASPEKTER | 33 |
| 4 Diskussion | 35 |
| 4.1 Metodens användbarhet | 35 |
| 4.2 Besök | 36 |
| 4.3 Ekonomiska aspekter och marknadsföring | 37 |
| 4.4 Skogsskötsel..... | 38 |
| 4.4.1 Död ved | 38 |
| 4.4.2 Skogens täthet | 39 |
| 4.4.3 Andelen lövträd | 39 |
| 4.4.4 Avverkningar..... | 39 |
| 4.4.5 Biologisk mångfald och skötsel | 39 |
| 5. Slutsatser | 41 |
| Referenser | 43 |
| Publicerade referenser..... | 43 |
| Opublicerade referenser | 44 |
| Muntlig kommunikation:..... | 44 |
| Internetreferenser: | 45 |

Bilagor

- Bilaga 1. Enkätformuläret för Besökare
- Bilaga 2. Enkätformuläret för Örebrobor
- Bilaga 3. Missivbrev till Besökare
- Bilaga 4. Missivbrev till Örebrobor
- Bilaga 5. Karta
- Bilaga 6. Resultat från enkätstudien

1 INLEDNING

1.1 Sveaskogs uppdrag

Sveaskog kombinerar ett miljöanpassat kommersiellt skogsbruk med förvaltning av marker med höga naturvärden (Karlsson, pers.med.). Vidare säger Bo-Göran Karlsson att ägarna har gett Sveaskog i uppdrag att öka intresset och tillgängligheten av jakt, fiske och naturupplevelser. Sveaskog har valt att uppmärksamma detta via ett eget verksamhetsområde vars verksamhetsidé lyder: "Sveaskog utvecklar naturupplevelser, jakt och fiske med lokal förankring på ett kommersiellt och miljöanpassat sätt." Som ett led i arbetet att lyckas med denna verksamhet utförs detta examensarbete.

För att inte göra studien alltför generell valdes ett befintligt friluftsområde som de svarande lättare kan relatera till. Tanken är att den metod som tas fram i detta arbete även ska kunna appliceras på andra områden. Kilsbergen valdes för att det ligger relativt nära många tätorter och för att dess naturtyper är representativa för stora delar av Sverige.

1.2 Kilsbergen

Kilsbergen ligger två mil nordväst om Örebro och utgör ett viktigt rekreationsområde för nära två miljoner invånare inom en radie på 15 mil. Kilsbergen kallas "de blå bergen" och når cirka 300 meter högre än den omgivande Närke-slätten. Sveaskog är en av de stora skogsägarna i området.

Eva von Bennigsien berättar i en telefonintervju att Kilsbergen har besökts i syfte för rekreation ända sedan 1930-talet. Hon berättar vidare att det på den tiden inte fanns några anläggningar, men på 1960-talet byggdes en restaurang i Ånnaboda efter önskemål från besökande. Efter det har Ånnaboda blivit centrum i Kilsbergen. Senare byggdes även anläggningar för övernattnings och konferens, som tillsammans med restaurangen är de mest inkomstbringande verksamheterna. Camping och andra övernattningsmöjligheter har totalt över 60 000 gästnätter per år. Av dessa utgörs 30 000 gästnätter av långtidscamping.

De största utgifterna i samband med friluftsområdet består av löner och förvaltning av fastigheter. Bidrag från Örebro Kommun tillsammans med Ånnabodas egna inkomster gör det möjligt att hålla en hög standard och fungera som ett populärt utflyktsmål och utövande av friluftsaktiviteter. Enligt uppskattningar som gjorts av Fritid Kilsbergen besöker ungefär 500 000 personer Kilsbergen varje år. De anläggningar som erbjuds idag i Ånnaboda är vandringsleder, motionsspår, skidspår, slalombacke, äventyrsbana, mountainbikebana, idrottsplan, badplats, konferensanläggning, camping och stugby (Fritid kilsbergen, 2002-07-15) I Kilsbergen finns 70 kilometer skidspår och av dessa behandlas fem kilometer med kanonsnö. Vid användandet av spåret med kanonsnö tas en avgift ut och det har aldrig varit några protester över detta. Utöver denna kostnad finns inga andra avgifter och inga nya avgifter planeras heller att införas (Bennigsien, pers. med.).

Ånnaboda är ett populärt område för många föreningar. Många idrottsklubbar förlägger träningsläger i Ånnaboda, hundföreningar har tävlingar, jägare har möten och Örebro Kommun organiserar "Särkollo" (kollo för barn med särskilda behov). Utöver dessa håller även många andra till i området (Bennigsien, pers. med.).

I nuläget säljs cirka tre veckor jakt per år (Bennigsien, pers. med.). Det finns potential för mer, men då måste mer resurser satsas på att sköta viltet rätt, samt att marknadsföra jakten som aktivitet. Eftersom Kilsbergen redan har så många intresseområden har man valt att inte satsa på detta än i alla fall. Fisket är däremot lite mer omfattande. Sjön och fiskpopulationen sköts av Kedjeåsens Fisk AB och det säljs omkring 1000 fiskekort varje år.

Sveaskogs skogar närmast Ånnaboda är ganska unga. De flesta bestånden är röjningsskog och gallringsskog, vilket betyder att det finns stora möjligheter att påverka utvecklingen av den framtida skogen. Skogen runt den populära "Södra Ånnabodasjön" som förvaltas av Örebro Kommun verkar skötas med hänsyn till rekreationsvärden. Exempel på detta är att man gjort mindre avverkningar än normalt i trakten och sparat mycket äldre och gles granskog.

1.3 Betydelsen av friluftsliv i skogsmark i dagens samhälle

I skogsvårdslagen (1979:429) står det skrivet att man ska väga produktion lika med naturvård och i version 1993:553 lades det även till att hänsyn ska visas mot allmänna intressen. Det senare målet har dock varit mindre uppmärksammat, men de senaste åren har dessa allmänna intressen börjat uppmärksammas mer och mer i och med att rekreation på skogsmark blivit vanligare då fler bor i städer (Mattson & Li, 1993). Trots detta tas sällan hänsyn till rekreationsvärdena vid planeringen av skog i ett rekreationsområde (Hörnsten, 2000). Ofta fokuseras det på biologisk mångfald i dessa områden, men behoven för rekreation och biologisk mångfald skiljer sig oftast åt (Hörnsten, 2000). Axelsson-Lindgren (1990) anser att genom att planera för rekreation och öka dialogen mellan folk och naturen borde i bästa fall leda till en vilja att ta hand om naturen.

En stor majoritet av svenska folket har fortfarande starka band till skogen. I en postenkätstudie omskriven av Uddenberg (1995) svarade 96 procent att de hade ett behov av att vara ute i skogen. Av svenskarna svarade 75 procent att de var i naturen för att de tycker om att plocka bär, svamp, fiska och jaga. Ofta tillades att dessa aktiviteter var en orsak för att komma ut i naturen (Uddenberg, 1995).

I USA har man funnit att de som söker sig till friluftsliv till övervägande del är unga till medelålders och välutbildade med en relativt hög inkomst (Manning, 1999). I Sverige är däremot skillnaderna mellan tjänstemän och arbetare mindre när det gäller utövandet av friluftsliv än inom idrott och traditionella kulturaktiviteter (SCB, 1987). Svenskar anser också att naturområden och friluftsliv är den typ av fritidsaktivitet som kommuner ska satsa på (Axelsson-Lindgren, 1991).

I Norden har vi en vardagsrelation till naturen med täta, korta och odramatiska besök i skogen. Vi är därmed den befolkning som besöker skogen oftast (Hörnsten, 2001). Ungefär 80 procent av Sveriges vuxna befolkning är någon gång per år ute och promenerar i skog och mark och 30 procent är ute oftare än 20 gånger per år (Kulturdepartementet, 2000). Man kan då tänka sig att stora delar av skogsmarken i Norden huvudsakligen används till rekreation. I Sverige räknas drygt en procent av skogsmarken som tätortsnära och inkluderar skog i friluftsområden. Dessa områden besöks upp till 250 gånger oftare än vanlig svensk skogsmark. Andelen av tätortsnära skog varierar mycket inom olika delar av landet, i Stockholms län är 20 procent tätortsnära, medan en mellansvensk kommun har runt två procent (Skogsvårdsstyrelsen, 1991). I en jämförelse mellan Norden och andra länder är det totalt bara en liten del av skogsmarken som används endast till rekreation. I Norden används 90,5 procent av skogsmarken huvudsakligen till produktion, 7,5 procent i naturbevarande

syften och bara 2 procent till rekreation. Detta kan jämföras med andra delar av världen, i Östeuropa används till exempel 12,5 procent till naturbevarande syften och 7,1 procent till rekreation (Wibe 1993). Detta har sitt ursprung i att brukandet av skogen på senare tid i Norden har ändrats tillbaka till mångbruk från att ha varit bara produktionsinriktat en tid (Johansson *et. al* 1995). Enligt Kardell (1985) producerar en skog vars mål tar hänsyn till rekreation lika mycket timmer som en produktionsskog, skillnaden är att kostnaderna är högre i en rekreationsskog.

1.4 Planering för friluftsliv

Eftersom friluftsliv är en så diversifierad samling aktiviteter är det svårt att anpassa ett friluftsområde för alla. Istället är det viktigt att varje friluftsområde är en del av ett större system av friluftsområden (Manning, 1999). På så sätt kan alla hitta något som tilltalar dem i en relativ närhet till där de bor. För att detta ska vara möjligt krävs en stor markförvaltare eller markägare. Kilsbergen är dock relativt stort och kan tillgodose många intressen även om inte alla. Recreation Opportunity Spectrum (ROS) är ett amerikanskt verktyg för att förenkla planering av rekreationsområden. Genom ROS definieras de önskade målen, och genom dem anges sedan vilka fysiska, sociala och förvaltningsmässiga förhållanden som är önskvärda inom ett område (Wallsten 1988). Denna metod är vanlig i USA och andra delar av världen där staten äger och förvaltar stora delar av skogarna. Enligt ROS (Hultman, S-G. 1986, Wallsten 1988, Wallsten 1985) beror ett områdes attraktivitet för friluftsliv främst på tre olika dimensioner;

- Fysiska: anläggningar, slitage och vägar

- Sociala: kontaktmönster mellan besökare, deras spridning och beteende

- Förvaltningsmässiga: regler, styrinstrument och kontroll.

De två senare dimensionerna är mest försummade och därför är det viktigt att ta hänsyn till dessa i högre grad. Vidare knyts aktiviteter och sannolika upplevelser till olika typer av miljöer (Wallsten 1985).

Hörnsten (2000) har jämfört ROS med två andra metoder för planering i tätortsnära svenska skogar och kommit fram till att metoden skulle kunna användas om den anpassades för att möta våra preferenser. Tanken med zoner är bra så att man inte försöker få varje bit av skogen att passa så många som möjligt, istället blir det ett helt system som är allmänheten till lags.

1.5 Ekonomiska aspekter av skog för rekreation

Det har alltid varit lättare att värdera resurser som är prissatta på en marknad, till exempel timmer. Därför glöms ofta värdet av rekreation när man ska värdera naturnyttigheter från total samhällssynpunkt eftersom det är svårt att prissätta (Mattsson & Li, 1991). För att en nytthet ska ha ett samhällsekonomiskt värde, är kriteriet att det finns en efterfrågan från samhällsmedborgarna, inte att det finns ett pris (Mattsson & Li, 1991). Men för att lättare kunna konkurrera med andra verksamheter i skogsmark kan det dock vara praktiskt att kunna redovisa ett ekonomiskt värde eller ett pris. Det finns flera metoder man kan använda för att uppskatta dessa värden. De vanligaste metoderna är "Travel Cost Method" (TCM) och "Contingent Valuation Method" (CVM) (Mattsson & Li, 1993). TCM kan användas för att uppskatta värdet av ett visst område genom att räkna ut hur stora utgifter som är förknippade med besök i området. CVM är en mer direkt metod som frågar hur mycket folk är beredda att betala. CVM kan göras på flera olika sätt. Antingen kan man fråga hur mycket folk kan tänka sig betala (Willingness To Pay:WTP) för att få behålla möjligheten till rekreation eller så kan

man fråga hur mycket folk skulle acceptera att få i kompensation (Willingness To Accept: WTA) ifall möjligheterna till rekreation försvann (Wibe, 1993). I flera studier visas det att WTA är flera gånger högre än WTP (Mattson & Krisström, 1987 samt Sondal 1989 citerade i Johansson *et al.* (1995)). Oavsett om man använder WTP eller WTA finns olika tekniker som används vid intervjuer. Antingen kan man be den svarande att själv ange ett belopp, alltså en öppen fråga. Ett annat alternativ är att man ger svarsalternativ genom att ange ett belopp som man höjer om den svarande, denna budgivning pågår tills den svarande inte godtar budet (Wibe, 1993).

I USA har många studier gjorts angående ekonomiska värderingar av rekreationsaktiviteter i skogen. Wibe (1993) har räknat ut ett genomsnitt för närmare 200 studier utförda med WTP. Resultatet var att folk i USA är beredda att betala \$25 per dag för vandring och camping, medan högviltsjakt är värderat till \$50. Wibe (1993) misstänker att dessa värden är för höga för svenska förhållanden, delvis på grund av allemansrätten. Den svenske forskaren Wallsten (1988) har i sin rapport om Rogen använt TCM, för att sätta pris på en rekreationsverksamhet. Han kom fram till att varje dagsbesök i Rogen innebär en uppoffring om 100kr per person, summan innefattar mat, resor och avskrivningar på utrustning. Enligt denna beräkning kan det konstateras att besöken under en säsong i Rogen motsvarar 1,6 miljoner kr, medan förvaltningens totala budget bara är på 80 000 kr. I en dansk studie med metoden WTP i Vestmager i Danmark av Linddal och Jensen (1991) (refererad till i Johansson *et al.* 1995), var tillfrågade besökare beredda att betala 12DKK per besök. Området har ungefär 475 000 besökare varje år, alltså lika många som uppskattas besöka Kilsbergen/Ånnaboda. Johansson (1995) refererar också till en liknande studie som har också gjorts utanför Helsingfors av Sievänen *et al.* (1992). Deras studie visade att varje besökare kunde tänka sig att betala 12 FIM per besök.

Man kan även titta på ekonomin genom ett annat perspektiv, nämligen hur mycket det kan kosta för förvaltaren att ta hänsyn till rekreationen i ett välbesökt område. Kardell (1985b) har gjort en beräkning på vad ett friluftsanpassat skogsbruk skulle kosta för markägaren. De största kostnaderna i samband med sådan skötsel kommer av överhållning av mogna bestånd, vilket även leder till mindre bestånd som avverkas och också det genererar högre kostnader. Även iordningställande av hagmarker har varit en stor post i denna beräkning. Kardell kom fram till att en anpassning till friluftslivet kan sänka avkastningen cirka 15 till 20 procent, men andelen beror givetvis på hur mycket hänsyn man tar och vad man anser med anpassning. Dessutom är denna typ av skogsskötsel mer arbetskrävande eftersom stor hänsyn måste visas och mindre ingrepp är att föredra, vilket också skapa fler arbetstillfällen i skogen (Skogsvårdsstyrelsen, 1995).

1.6 Syfte

Huvudsyftet med detta examensarbete är att visa en metod som på ett effektivt sätt tar reda på vad allmänheten efterfrågar i ett av Sveaskogs rekreationsområden, i detta fall Kilsbergen. Genom att få kunskap om vad som efterfrågas av allmänheten är förhoppningen att Sveaskog ska kunna utveckla möjligheter för fler att nyttja Sveaskogs marker för naturupplevelser. Metoden ska främst kunna användas i liknande områden vid planering för friluftsliv. Syftet är också att ta reda på om och hur Sveaskog skulle kunna få inkomster från besöksnäringen, eftersom intäkterna från skogsbruket förmodligen minskar vid ökad hänsyn till rekreation. Vidare ämnar detta examensarbete att ge rekommendationer till Sveaskog hur de kan arbeta vidare med naturupplevelser och rekreationsområden. För att lättare arbeta med syftet har jag delat jag upp det i ett antal frågeställningar.

- 1) Hur går man till väga för att göra en besökarstudie för ett rekreationsområde?
 - a) Vilka besöker området (Ånnaboda/Kilsbergen)?
 - i) Varför besöks området?
 - b) Vilka besöker ej området?
 - i) Varför inte?
 - c) Hur kan man öka antalet besök?
 - d) Hur kan nettot från besöksnäringen ökas?
 - i) Vad kan besökarna tänkas betala för, vilka tjänster skulle uppskattas?

2 METOD

2.1 Val av metod

Sociologi beskriver studier av mänskliga grupper och samspelet mellan dessa (Rosengren & Arvidsson, 1997). Eftersom syftet med denna uppsats är att undersöka egenskaper och värderingar hos besökare i friluftsområdet i Kilsbergen/Ånnaboda, är det frågan om en sociologisk studie och kräver då också en sociologisk metod. De metoder som används för datainsamling inom sociologi är bland annat observation, intervju, enkät, innehållsanalys samt användning av register (Rosengren & Arvidsson 1997).

När man ska välja metod, är bland de första val som man står inför, att bestämma om en kvalitativ eller kvantitativ studie ska göras. Den kvantitativa metoden är beskrivande och förklarande, medan den kvalitativa metoden är för upptäckande forskning (Rosengren & Arvidsson, 1997). I en beskrivande studie söker man efter omfattningen av sociala fenomen som vanor, beteenden, kunskaper, attityder och så vidare (Rosengren & Arvidsson, 1997). Frågorna som ställts i syftet för denna uppsats är alltså främst av kvantitativ karaktär. Ska man göra en kvantitativ intervju ska man ha i bakhuvudet att datamängden måste vara tillräckligt omfattande för att kunna göra fortsatta analyser (Rosengren & Arvidsson, 1997).

Tidigare har en rad olika metoder använts för att kartlägga besökare i rekreationsområden (Lindhagen, 1996). De metoder som är använda är bland annat fältobservationer, fältintervjuer, automatiska räkneverk och enkätundersökningar.

Intervjuer innebär att man ställer muntliga frågor. Fördelen med intervjuer är att man kan ställa följdfrågor och få nyanserade svar. Intervjuer tar dock förhållandevis lång tid och kan därmed bli ganska dyra (Rosengren & Arvidsson, 1997). Vid intervjuer i fält finns också andra svårigheter som att intervjuerna lätt blir väderberoende (Lindhagen, 1996). Vid dåligt väder påträffas främst sådana personer som är ute ofta, medan de som är ute sällan kommer ut huvudsakligen vid vackert väder. För att få ihop tillräckligt många intervjuer tvingas man i allmänhet genomföra fältintervjuer då områdena är välbesökta till exempel på veckoslut vid vackert väder.

Postenkäter är däremot ett tids- och kostnadseffektivt alternativ för att nå ut till många människor (Rosengren & Arvidsson, 1997). De svarande får då i lugn och ro gå igenom frågorna när de tycker sig ha tid. Via enkäter når man också ut till en större grupp än vad som är möjligt om man gör intervjuer på plats eftersom man även kan innefatta de som inte varit på plats. En av nackdelarna är att man inte kan föra en dialog med den svarande. En annan nackdel med enkätfrågor är att man inte vet något om de omständigheter som frågorna har besvarats under (Rosengren & Arvidsson, 1997). I enkäter är det också svårt att ställa frågor som behöver en förklaring (Rosengren & Arvidsson, 1997). En annan metod för att ställa skriftliga frågor är självregistreringsformulär i anknytning till området, men det rekommenderas främst vid ett lågt besöksantal samt besökare som är väldigt intresserade av miljö och friluftsliv, eftersom andra grupper sällan tar sig tid till att fylla i sådana formulär (Wallsten, 1988).

Direkta observationer (även kallade fältobservationer) är observationer av ett socialt skeende på plats (Rosengren & Arvidsson, 1997). Att använda denna metod för rekreation i skogsmark har flera fördelar. Observatören kan notera besökarens ålder, kön och andra demografiska

variabler, samtidigt som observatören kan kartlägga vilka områden i skogen som används flitigast och hur de i sin tur är använda (Lindhagen, 1996). Det som talar emot metoden är att man måste utföra observationer vid en mängd olika tillfällen för att det ska bli representativt. Lindhagen (1996) nämner också olika tekniska lösningar för att kartlägga besök i skogen. En nackdel är att man inte får några data om egenskaperna av dem som är i skogen eftersom tekniska anordningar ej kan registrera ålder, kön osv. Förslag på tekniska metoder kan vara räknare av bilar i områden där de flesta anländer i bil, eller så kan man sätta upp räknare i skogen. Om räknare sätts upp i skogen är det viktigt att sätta upp dem så att majoriteten av besökarna passerar räknarna, till exempelvis vid en bro. För att det ska löna sig att använda automatiska räknare bör området vara stort och väl avgränsat med endast få entréer. Ska man däremot göra en observation över ett litet område kan man ha observatörer som springer en särskild sträcka och noterar dem han möter. Denna metod är väldigt tidskrävande eftersom man själv måste vara på plats. Direkta observationer är bra att göra om man vill få en uppfattning om hur representativa andra studier är (Lindhagen, 1996).

För att nå potentiella besökare, kan metoder som telefonintervjuer, hemintervjuer och enkäter som tidigare diskuterats vara bra alternativ (Rosengren & Arvidsson, 1997). Hemintervjuer ger de mest pålitliga svaren, men är också den dyraste metoden. En avvägning måste göras mellan hur pålitliga svar man behöver och hur stor budgeten är (Lindhagen, 1996).

Den metod som valdes var postenkäter. Dels på grund av den relativt låga kostnaden för varje svar, eftersom det är viktigt att man får många svar i en kvantitativ studie. Det är viktigt att nå ut till så många olika grupper som möjligt för att de ska kunna representeras när det är dags att använda uppgifterna vid planeringen. En annan anledning till att postenkäter valdes, är att man kan få med de personer i studien som ej har besökt området och på så sätt ta reda på vad som skulle krävas för att de skulle åka dit.

2.2 Population och urval

De som är intresserade att studera i denna studie är dels de som redan besöker området och icke-besökare eller potentiella besökare som man vill locka hit. Det skulle bli ett för stort arbete att fråga samtliga i en så stor population, varför man nästan alltid använder sig av ett slumpvis urval. Vid användandet av en kvantitativ metod är det möjligt att sedan applicera värdena för hela populationen om urvalet är representativt (Rosengren & Arvidsson, 1997). Denna studie bygger alltså på två populationer, den första representeras av Besökare i Kilsbergen/Ånnaboda och den andra representeras av potentiella besökare som bor i närheten av området, härafter kallade Örebrobor.

För att nå den första populationen (Besökare) skulle man kunna ha infört någon typ av självregistrering av namn och adress för vidare kontakter. Men enligt Lindhagen (1996) är det få som fyller i sina namn på sådana självregistreringar och oftast är de mer intresserade av friluftsliv än allmänheten. Istället samlades 500 namn och adresser in genom personliga besök i friluftsområdet. När man är i fält är det rekommenderat att använda ett systematiskt urval eftersom det är svårt att göra ett urval helt enligt slumpen (Scheaffer 1990). Därför valde jag att alltid fråga den första som kom förbi och så fort dennes adress var nerskriven frågade jag nästa som kom förbi. Hade det varit många fler besökare hade man kunnat välja att fråga till exempel var tionde. Men besöksströmmen var ojämn och ibland dröjde det lång tid mellan besökarna medan det andra tider kom många på en gång. Adresserna användes sedan för att skicka hem postenkäter till dem som lovat att svara.

Den andra populationen var Örebrobor boende i församlingarna: Nikolai, Olaus Petri, Långbro, Almby, Mosjö, Täby, Vintrosa och Tysslingen i Örebro Kommun i åldrarna 18-74. Från ovanstående population slumpades 500 personer ut från DAFA/SPARs folkbokföringsregister.

De potentiella besökare som förbigås med att använda dessa två populationer är turister som bor längre bort. Det vill säga sådana besökare som behöver stanna över natten och därför kan vara beredda att betala för till exempel boende. Men det ansågs att dessa personer dock inte är så många till antalet, samt att denna studie skulle bli alltför omfattande.

Koch (1978) rekommenderar att sprida utskicken av postenkäter för att få bättre representation för hela årets rekreationsaktiviteter. Så för att få en spridning för Besökarna samlades adresserna in vid tre olika årstider; sommar, höst och vinter. Adresserna samlades in 9:e och 10:e augusti, 19:e och 20:e oktober, samt 4:e och 5:e januari. Vid insamlingarna för sommar- och höstbesökare var vädret soligt, vilket kan betyda att fler personer var ute än normalt. Vädret vid vinterbesöken var också soligt men kallt, runt -20 grader. Enligt Kardell (1985) har vädret oftast inte så stor inverkan på rekreation nära bostaden, men större betydelse för mer avlägsna skogar som till exempel Kilsbergen.

2.3 Enkätformuläret

I bilaga 1 och 2 finns enkätformulären i sitt ursprungliga format.

Då folk svarar på enkäter överskattar de ofta sina goda sidor och underskattar sina dåliga (Koch 1978, Linhagen 1996). Denna så kallade idealisering beror främst på att man svarar som man skulle *vilja* vara snarare än så som man *är*. Vid studier om hur ofta folk vistas i skog och mark kan detta fenomen leda till att antalet besök överskattas upp till fyra gånger (Lindhagen, 1996). Om man istället frågar efter när det senaste besöket ägde rum, ger det säkrare svar på hur ofta som den svarande egentligen har besökt området (Koch, 1978). Frågor som berör det senaste besöket tvingar den svarande att tänka på ett speciellt besök vilket har visats minska risken för idealisering. För att få en säkrare uppgift om hur ofta folk var i Kilsbergen/Ånnaboda ställdes två frågor om antalet besök; När var du i Kilsbergen/Ånnaboda senast? Hur ofta besöker du Kilsbergen/Ånnaboda? Två frågor ställdes också av samma anledning angående vilka aktiviteter som utövas.

Enkätfrågorna utformades huvudsakligen med förutbestämda svarsalternativ. Det motiveras med att det är lättare för den som svarar att sätta ett kryss istället för att behöva formulera sig, många har svårt att uttrycka sig i skrift och kanske överväger att inte svara alls i sådant fall (Trost, 2001). Dessutom är det lättare att sammanställa och bearbeta information som redan är indelad efter svar. Inspiration och tips av frågor har hämtats ur flera källor, bland annat Lindhagen 1996; Kardell 1985; Hörnsten 2000 och Engelbrekt 2001.

För att den svarande skulle känna att det alltid fanns ett alternativ som passade dem, fanns oftast alternativ som "annat" eller "inget" (Rosengren & Arvidsson, 1997). Enkäten slutade med en öppen fråga enligt rekommendationer från Trost (2001), där respondenten kunde tillägga något som inte tagits upp i enkäten eller förtydliga något svar eller helt enkelt bara avreagera sig.

2.3.1 Bakgrundsfrågor

För att se om beteenden och åsikter skiljer sig mellan åldersklasser, kön, föreningsengagemang och avståndet mellan Kilsbergen/Ånnaboda och den egna bostaden, bads respondenten att svara på några inledande bakgrundsfrågor. Denna typ av frågor är oftast lätt att svara på och bör ställas så tidigt som möjligt för att den svarande ska få intrycket att det är lätta frågor i formuläret (Rosengren & Arvidsson, 1997). Av motsatt anledning placerades frågor som kunde anses svåra längst bak i formuläret.

2.3.2 Betalningsvilja

Ett av syftena med uppsatsen var att ta reda på vilka tjänster eller faciliteter som besökare kan tänkas betala för. Som metod valdes WTP, vilket är den vanligaste metoden för värderingar av ett områdes betydelse för friluftsliv (Wibe, 1993). För att få ett mer nyanserat svar utformades två frågor som skickades ut till varsin halva av urvalet. Den ena frågan rör hur mycket som man kan tänkas betala för att ha kvar nuvarande standard och den andra frågar hur mycket man kan tänka sig betala för att förbättra standarden. För att underlätta svaret fanns sju svar att välja på, från 0 kr till 200 kr eller mer per besök. De flesta tycker att det är enklast att välja bland alternativ, eftersom det är sådana situationer vi är vana vid när vi till exempel handlar (Mattson & Li, 1992).

2.3.3 Syfte med besöket

Frågorna som berör syftet med besöket och vilka egenskaper av området som är av stor betydelse ställdes för att få en bild över hur de svarande uppfattar Kilsbergen/Ånnaboda, samt vilken funktion området fyller för friluftslivet. Den svarande fick i frågan om egenskaper ta ställning till hur olika egenskaper påverkade valet om att besöka Ånnaboda. Istället för att låta den svarande endast ange de alternativ som är betydelsefulla (Lindhagen 1996) tvingas nu den svarande att ta ställning till vart och ett av alternativen. I frågan som lyder "Hur viktiga är följande syften med en utflykt till Kilsbergen/Ånnaboda för dig?" har den svarande uppmanats att ange på en femgradig skala hur betydelsefulla de olika syftena är för att kunna få fram en mer nyanserad bild om vad de svarande förväntas finna i området.

2.3.4 Information och marknadsföring

Eftersom ett av Sveaskogs mål med detta uppdrag är att undersöka ifall det går att få inkomster från besöksnäringen, var det intressant att ta reda på hur det kan vara lämpligt att marknadsföra ett rekreationsområde. Därför frågades hur de svarande idag får information om Kilsbergen/Ånnaboda och om hur de vill ha information i framtiden.

2.4 Test av enkätformulär

För att slippa göra triviala fel och misstag i stor skala, är det lämpligt att göra en pilotundersökning (Rosengren & Arvidsson, 1997). Genom en pilotundersökning kan man också ta reda på om frågorna är relevanta ställda eller svåra att förstå. Några enkäter delades därför ut till vänner och bekanta som både besökt och inte besökt Kilsbergen/Ånnaboda. Försökspersonerna tyckte att frågorna var tydliga och formuläret användes i sin ursprungliga form.

Vid utskicken bifogades ett foljebrev (bilaga 3 och 4) till varje enkät för att förklara vad studien skulle användas till samt hur de kunde komma i kontakt med mig vid eventuella frågor eller kommentarer.

2.5 Utskick

Enkäterna till Besökare som varit i Ånnaboda under sommaren och hösten skickades ut samtidigt som enkäterna till Örebroborna, den 4 november 2002. Sedan skickades en påminnelse tillsammans med en ny enkät två veckor senare till samtliga som inte hade skickat in sitt svar. Det är vanligt att de som inte svarar på en gång gör sig av med frågeformuläret (Lindhagen pers. med.). Efter ytterligare två veckor skickades en andra påminnelse tillsammans med en ny kopia av enkäten till Örebroborna. Däremot ansågs inte svarsfrekvensen öka tillräckligt för att det skulle löna sig att skicka en andra påminnelse till besökarna; antalet inkomna svar var redan relativt högt.

Enkäten till vinterbesökare skickades ut 7:e januari, med en påminnelse efter fjorton dagar.

2.6 Stansning

Samtliga svar stansades in manuellt i Excel med hjälp av koder för olika svar. Alla kommentarer skrevs också in för att kunna redovisas och eventuellt grupperas där det är möjligt. I de fall som ett datum efterfrågats och endast år, eller år och månad angivits har jag registrerat mitten av året eller mitten av den månaden, för att kunna göra beräkningar med dessa data. På frågan om hur ofta den svarande besöker Kilsbergen/Ånnaboda var det vanligt förekommande att den svarande har gjort ett eget alternativ mellan "Någon gång per år" och "Några gånger i månaden", i detta fall har jag konsekvent kodat för alternativet "Någon gång per år". Samtliga kommentarer har även stansats in och presenteras i bilaga 6 tillsammans med alla resultat.

2.7 Statistiska metoder

För att kunna dra slutsatser av de stora datamängder som en enkätstudie innebär, måste vissa statistiska verktyg användas. Medelvärde, median och frekvens är de mått som jag har använt mest. Standardavvikelsen används för att se hur mycket observationerna avviker från medelvärdet. Ibland vill man ha reda på hur stor chansen är att skillnaderna mellan observationer och förväntade svar beror på slumpen, då kan χ^2 – test användas som ett mått på detta. Vid ett sådant test fås ett p-värde (ibland även kallat α) mellan 0 och 1, ett värde nära 1 visar att när olikheter förekommer beror de på slumpen (Bluman, 1998).

2.8 Svarsfrekvens

Sju veckor efter att den första omgången av enkäterna skickats ut avstannade strömmen av inkomna svar och antalet inkomna svar bedömdes vara tillräckligt. Av de 500 enkäter som skickades till Örebrobor var det sex personer som aldrig fick enkäten på grund av inaktuella uppgifter i folkbokföringsregistret. Det var även nio personer som på grund av dålig svenska, handikapp eller andra orsaker sände in en tom enkät eller tog kontakt för att tala om att de inte tänkte svara på enkäten. Alltså hade 485 personer chansen att svara på enkäten. Totalt inkom 318 svar, som var mer eller mindre ifyllda. De enkäter som aldrig nådde sin adressat på grund av olika anledningar som till exempel flytt och dödsfall, kallas externt bortfall eller tekniskt

bortfall (Rosengren & Arvidsson). Det förekom även uteblivna svar på en del av frågorna i enkätstudien. Dessa kallas internt bortfall och orsakas ofta av svåra eller dåligt ställda frågor.

Målet var att skicka ut 500 enkäter till Besökare i Kilsbergen/Ånnaboda, men på grund av praktiska skäl slutade det med att 492 skickades ut, varav 412 besvarades. Av denna grupp var det tolv enkäter som aldrig nådde avsedd person på grund av flytt eller felaktiga adressuppgifter.

Totalt besvarades 730 enkäter av 992 utskickade (tabell 1). Som väntat rårde det en stor skillnad mellan Örebrobornas och Besökarnas svarsfrekvens. Besökarna hade redan gett mig tillåtelse att skicka en enkät hem till dem och förväntades därför svara i större omfattning än Örebroborna. Svarsfrekvensen för Besökarna blev således 84 procent, medan motsvarande siffra för Örebroborna var 64 procent.

Tabell 1. Svarsfrekvensen från skickade enkäter uppdelade på före och efter påminnelser.

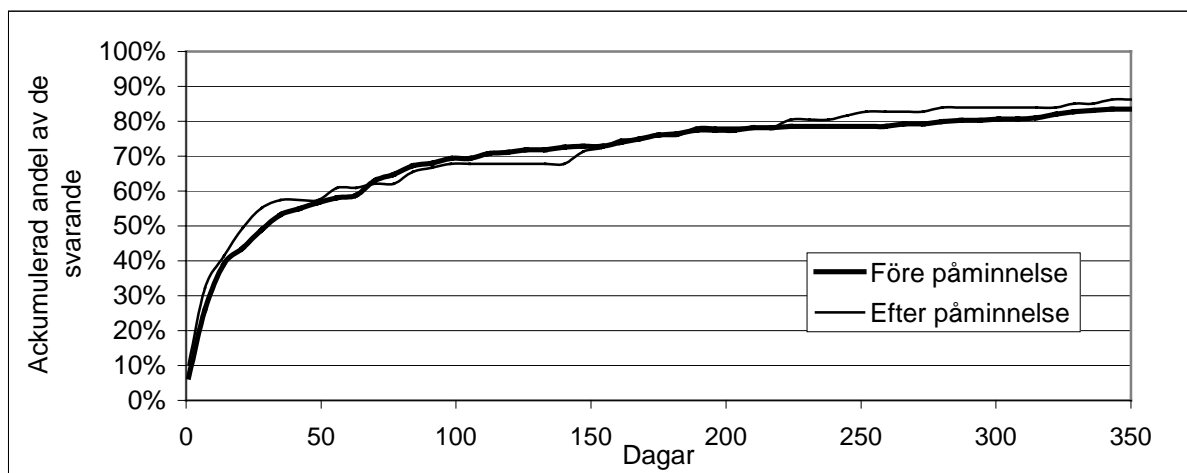
| | Örebrobor | % av Örebrobor | Besökare | % av Besökarna |
|----------------------------------------------|------------|----------------|------------|----------------|
| Skickade | 500 | | 492 | |
| Inkomna utan påminnelse (inom två veckor) | 177 | 35% | 312 | 63% |
| Inkomna efter första påminnelsen | 98 | 20% | 100 | 20% |
| Inkomna efter andra påminnelsen | 43 | 9% | | |
| Tekniskt bortfall | 15 | 3% | 12 | 2% |
| Totalt inkomna | 318 | 64% | 412 | 84% |

2.8 Bortfallsanalys

När man skickar ut postenkäter måste man räkna med ett bortfall (Rosengren & Arvidsson, 1997). Målet för denna studie var att få en svarsfrekvens på minst 60 procent, vilket är rimligt med tanke på i vilken grad svenskar svarar på enkäter nu för tiden. Enligt Trost (2001) får man räkna med en svarsfrekvens mellan 50 och 75 procent på enkätundersökningar. Externt bortfall är generellt sätt större nu än för några decennier sedan (Rosengren & Arvidsson, 1997).

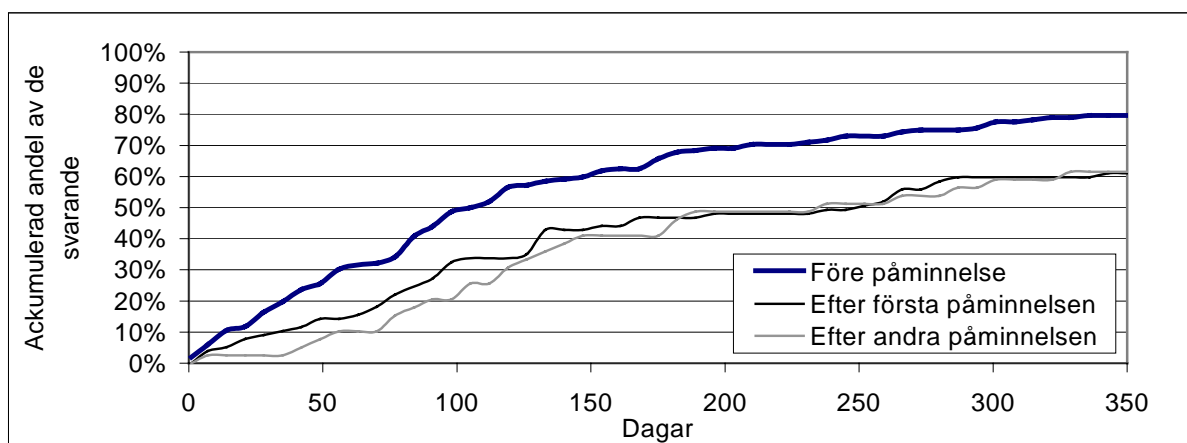
När ett bortfall finns i materialet är det viktigt att försöka ta reda på hur de som ej svarade tycker (Rosengren & Arvidsson, 1997 och Trost, 2001). Genom att välja en relevant fråga som representerar ett intresse för Kilsbergen/Ånnaboda, kan man jämföra de som svarade sent på enkäten med de som svarade tidigt (Trost, 2001). Man kan anta att de som svarat sent är mer lika de som inte svarat alls. Eftersom två olika populationer med olika svarsfrekvens har används görs en bortfallsanalys separat för dessa två populationer.

Från figur 1 kan man utläsa att det inte råder någon signifikant skillnad mellan de Besökare som svarat tidigt respektive sent. Alltså borde bortfallet för Besökarna inte vara av stor betydelse, dels eftersom bortfallet är litet och dels eftersom de Besökare som inte svarat med stor sannolikhet liknar resten av urvalet.



Figur 1. Antal dagar mellan två besök i Kilsbergen/Ånnaboda, jämfört mellan Besökare som svarat före och efter påminnelsen.

I figur 2 presenteras bortfallsanalysen för Örebrobor, den visar däremot en betydande skillnad mellan dem som svarade tidigt och sent på enkäten. Troligt är alltså att de Örebrobor som inte svarade på enkäten vistas mer sällan i Kilsbergen/Ånnaboda, än de Örebrobor som svarat. Alltså kan en snedfördelning av svaren ha uppstått, Örebroborna kan ha uppfattats att ha ett större intresse för Kilsbergen/Ånnaboda än de i själva verket har. Detta bör beaktas när man läser resultaten från denna studie.



Figur 2. Antal dagar mellan två besök i Kilsbergen/Ånnaboda, jämfört mellan Örebrobor som svarat före påminnelse, efter första påminnelsen och efter andra påminnelsen.

2.8.1 Skevheter i urvalen

När adresserna samlades in från Kilsbergen/Ånnaboda, stod jag på ställen där de flesta Besökare passerar, till exempel vid olika parkeringsplatser och utanför receptionen i Ånnaboda (se karta i bilaga 5). Vid en namninsamling av detta slag är det viktigt att ha ett system så att man inte medvetet eller omedvetet "väljer" vilka man ska fråga. Med detta i baktanke gjorde jag så objektivt urval som jag kunde. Det finns en risk för skevheter i bortfallet när personer som är tillfrågade inte vill vara med. Ofta anser sig de som inte svarar tillräckligt intresserade av friluftsliv, men ibland är det bara en fråga om tidsbrist. Denna typ av bortfall var dock inte så högt, en uppskattning är att totalt 30 till 60 personer avböjde att ge ut sin adress. Alltså är det inte helt säkert att de som var tillfrågade ger ett helt representativt

urval av populationen Besökare, men eftersom man inte vet hur hela populationen Besökare ser ut får jag nöja mig med det.

Skevheter i urvalet har också uppstått i samband med vald tidpunkt. Samtliga adresser var insamlade på helger och därför finns inte de som är i Kilsbergen/Ånnaboda endast på vardagar med i urvalet. Vid samtliga insamlingstillfällen var vädret bra för den gällande årstiden, vilket brukar innebära att fler är ute än om det skulle ha varit dåligt väder. Med anledning av att inga adresser samlades in på våren, saknas denna grupp av besökare. Adresserna samlades in mellan klockan 8.30 och 16.30 vid varje tillfälle, alltså förbises de som var väldigt sena och de som var väldigt tidiga. Som slutsats av detta kan det sägas att urvalet av Besökarna inte motsvarar populationen fullständigt.

Vid slumpningen av urvalet från Örebro's invånare gjordes ingen stratifiering med hänsyn till åldersfördelning eller kön.

För att kontrollera om skevhet fanns i bakgrundsdatat som ålder och kön, jämfördes urvalet med svarspopulationen, och där skevhet förelåg kontrollerades det ifall överrepresenterade grupper svarat annorlunda än de underrepresenterade.

Tabell 2. Åldersfördelningen i procent för Örebro's befolkning enligt SCB (SCB 2002), jämfört med de Örebrobor som svarat på enkäten

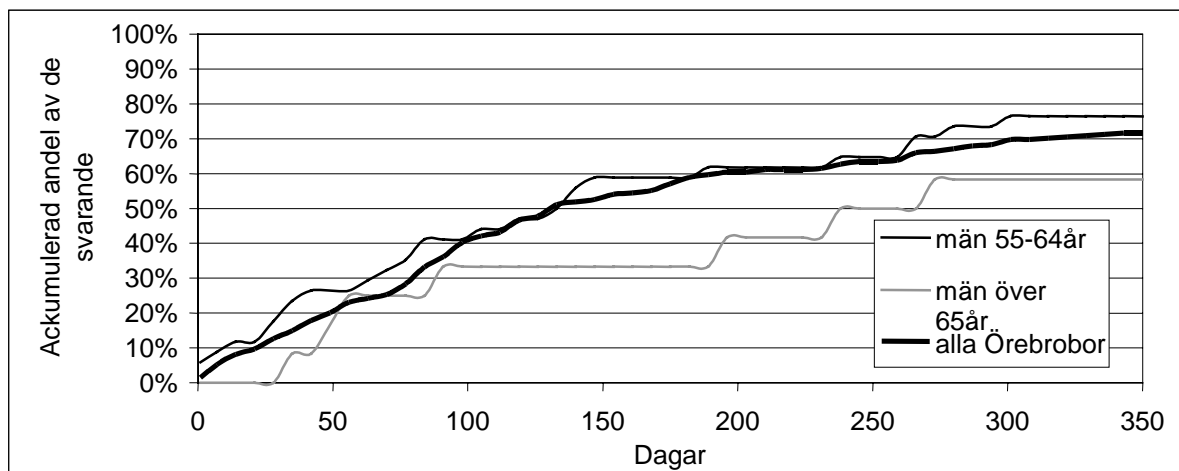
| ålder | Alla i Örebro, Från SCB | Alla som svarat på enkäten | Män i Örebro, Från SCB | Män som svarat på enkäten | Kvinnor i Örebro, Från SCB | Kvinnor som svarat på enkäten |
|-----------------------------|-------------------------|----------------------------|------------------------|---------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 18-24 | 13,0% | 12,7% | 12,3% | 10,2% | 13,8% | 14,9% |
| 25-34 | 19,9% | 19,4% | 19,4% | 17,0% | 20,4% | 21,4% |
| 35-44 | 18,1% | 17,8% | 17,6% | 18,4% | 18,5% | 17,3% |
| 45-54 | 18,2% | 18,7% | 17,5% | 18,4% | 19,0% | 19,0% |
| 55-64 | 15,8% | 20,0% | 15,1% | 25,2% | 16,5% | 15,5% |
| 65-74 | 15,0% | 10,8% | 18,1% | 10,9% | 11,8% | 10,7% |
| p- värdet vid χ^2 test | 0,797244 | | 0,067585098 | | 0,9961 | |

2.8.2 Åldersfördelning

Vid jämförelse mellan Örebrobor som svarat på enkäten och Örebro's befolkning, anpassades SCB's befolkningsstatistik för att motsvara de åldrar som var med i studien (se tabell 2).

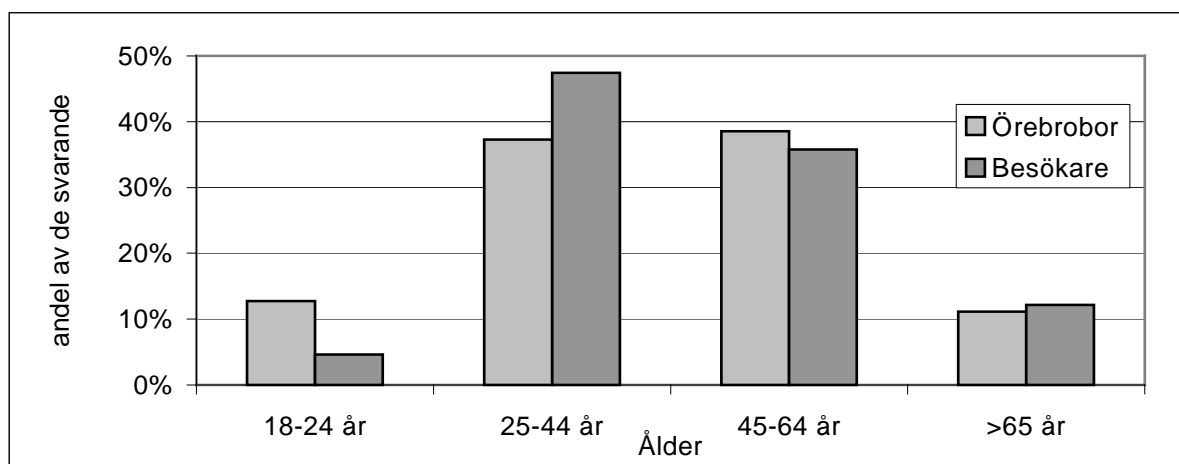
Därefter gjordes en variansanalys med χ^2 – test, vilken visar på att det knappt finns några skillnader i åldersfördelningen mellan de kvinnor som svarat på enkäten och för samtliga kvinnor i Örebro kommun. Däremot finns en skevhet i männens åldersfördelning, män mellan 55 och 64 år är överrepresenterade i enkätstudien och män som är mellan 65 och 75 år är underrepresenterade. För att ta reda på om denna skevhet har påverkat resultaten av studien har en jämförelse gjorts mellan den överrepresenterade gruppen och den underrepresenterade (se figur 3). I denna jämförelse visades det att den överrepresenterade gruppen (55-64 år) hade varit i Kilsbergen/Ånnaboda mer nyligen än de som är underrepresenterade. Det betyder att denna studie kan ge ett intryck av att Örebrobor är mer friluftsintrösserade än vad de i själva verket är. Dessa grupper jämfördes också mellan hur länge de vistades i området. Den genomsnittliga tiden tillbringad i Kilsbergen/Ånnaboda var tre timmar och 52 minuter för alla Örebrobor. För den överrepresenterade gruppen var genomsnittet fyra timmar och 27 minuter och för den underrepresenterade gruppen tre timmar och 17 minuter. Denna jämförelse tyder

också på att resultatet från denna studie kan ge ett skevt intryck om ett större friluftsintrasse än vad som finns.



Figur 3. Antal dagar sedan förra besöket i Kilsbergen/Ånnaboda, en jämförelse mellan män 55-64 år och över 65 år av Örebroborna.

För Besökarna finns inga uppgifter om populationens åldersfördelning och därmed vet man inte fördelningen för dem som ej svarade på enkäten. Grundat på att bortfallet bara var 16 procent borde inte fördelningen ha påverkats mycket, varför man kan anta att urvalet ganska väl stämmer överens med Besökarnas verkliga ålder. Vid en jämförelse av åldersfördelningen mellan Örebrobor och Besökare (se figur 4) kan man konstatera att Örebrobornas åldersfördelning är mer normalfördelad än Besökarnas.



Figur 4. Åldersfördelningen av samtliga som svarat på enkäten, uppdelad på Örebrobor och Besökare.

2.8.3 Könsfördelning

Statistiskt sett är 50 procent av Örebros befolkning kvinnor, men av dem som fick enkäten var endast 47 procent kvinnor (se tabell 3). Däremot var 53 procent kvinnor av de Örebrobor som hade svarat. Detta tyder på att kvinnor varit mer angelägna att svara på enkäten och är överrepresenterade. Kvinnor har en svag tendens att besöka Kilsbergen/Ånnaboda mer sällan än män, men detta faktum bör inte påverka resultatet.

Av Besökarna stod männen för 56 procent för svaren. Av de insamlade adresserna var männen också i majoritet med 53 procent. Totalt sett kan man säga att män och kvinnor varit ungefär lika angelägna att svara.

Tabell 3. Könsfördelning för de svarande.

| | Örebrobor | | Besökare | |
|-------------------------------|-----------|---------|----------|---------|
| | Män | Kvinnor | Män | Kvinnor |
| Hela populationen | 50% | 50% | - | - |
| Andel av dem som fick enkäten | 53% | 47% | 53% | 47% |
| Andel av de svarande | 47% | 53% | 56% | 44% |

2.8.4 Föreningsverksamhet

Av Besökarna är 28 procent medlemmar av en förening som har med friluftsliv eller miljö att göra, medan motsvarande siffra för Örebroborna bara är 13 procent. Av hela Sveriges befolkning är tio procent medlemmar av en friluftsförening och nio procent medlemmar av en miljöförening. Om man tänker sig att det är några som är medlemmar av både en miljöförening och en friluftsförening borde det vara jämförbart med andelen av Örebrobor som är föreningsmedlemmar.

2.8.5 Bortfallets betydelse för resultatet

Bortfallet har ingen större betydelse för resultatet i denna studie. En svag tendens finns dock att de som svarat kan vara lite mer friluftshintresserade än allmänheten. Även om vissa grupper är överrepresenterade och andra underrepresenterade är det aldrig så stora skillnader att hela resultatet skulle bli skevt.

3 RESULTAT

I detta avsnitt redovisas endast några särskilt viktiga och intressanta resultat, medan en komplett sammanställning finns i bilaga 6. Eftersom jag har använt två olika enkäter redovisas dessa separat när det finns en betydande skillnad i svaren eller när frågorna är olika, i övriga fall har svaren lagts ihop.

3.1 Andel som någon gång besökt Kilsbergen/Ånnaboda

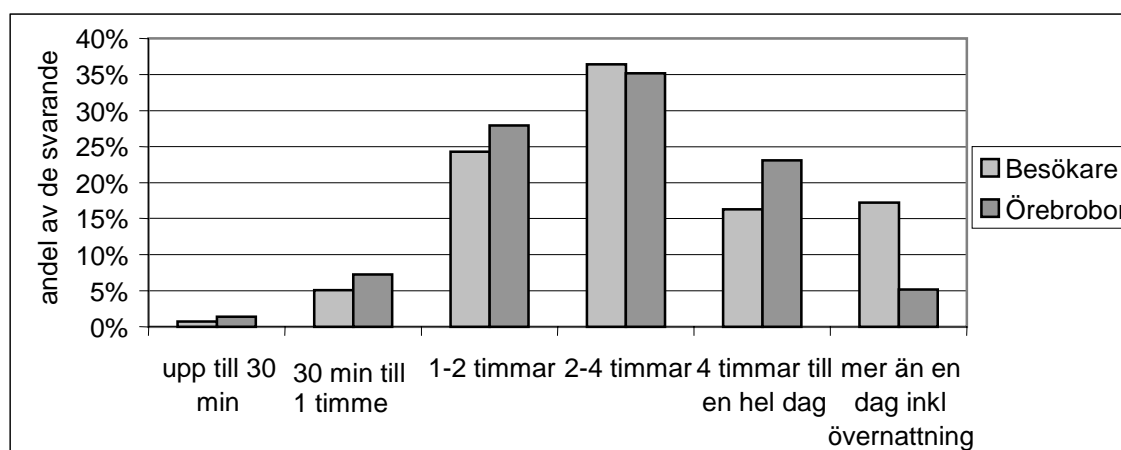
Över 90 procent av dem som svarade på den slumpvis utskickade enkäten till Örebrobor hade någon gång besökt Kilsbergen. Det fanns ingen entydig anledning till uteblivna besök, svaren var jämnt fördelade mellan tidsbrist, otillgänglighet och inget intresse av friluftsliv.

3.2 Lång tradition som friluftsområde

Kilsbergen/Ånnaboda har en lång tradition som rekreationsområde och det visas tydligt i svaren på frågan om när området besöktes första gången. I genomsnitt ägde första besöket i Kilsbergen/Ånnaboda rum för 26 år sedan enligt svaren från Besökarna. Denna fråga ingick ej i Örebrobornas formulär.

3.3 Besök i Kilsbergen/Ånnaboda

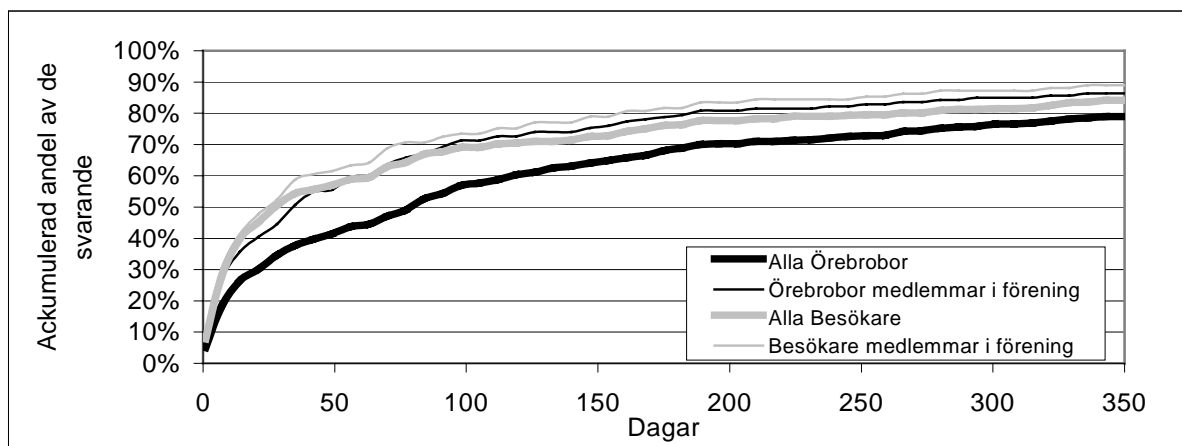
De flesta som vistas i Kilsbergen/Ånnaboda stannar i flera timmar vid varje besök (se figur 5). Besökare och Örebrobors tillbringar ungefär lika mycket tid i området, med undantag för att fler Besökare har stannat över natten.



Figur 5. Hur svaren var fördelade från frågan om hur mycket tid som tillbringades i Kilsbergen/Ånnaboda vid senaste besöket, uppdelat på Besökare och Örebrobor.

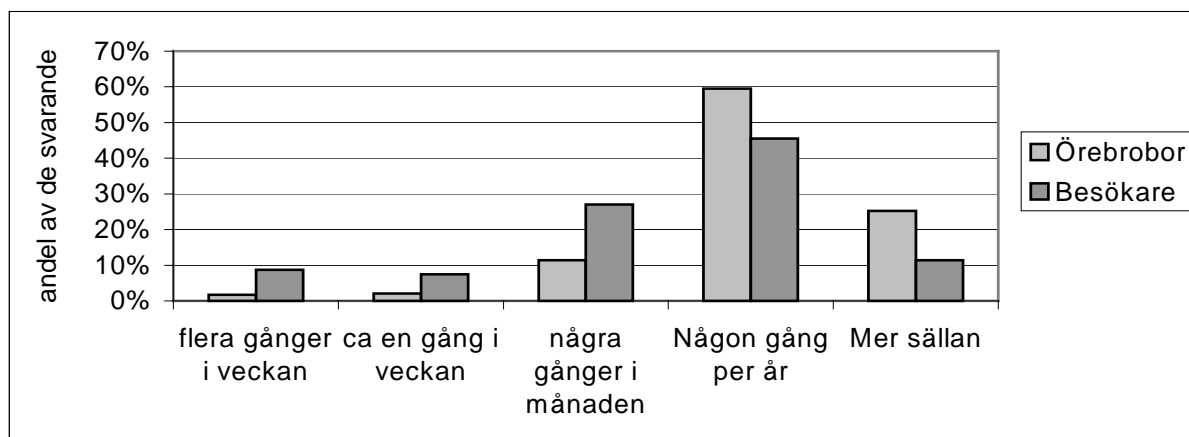
Av Örebroborna har 80 procent varit i Kilsbergen/Ånnaboda senaste året (se figur 6). Av de Örebrobor som är med i en frilufts- eller miljöförening har dock 87 procent varit i Kilsbergen/Ånnaboda senaste året. De som är medlemmar av en sådan förening har också besökt området mer nyligen. Av dem har 50 procent varit i Kilsbergen/Ånnaboda senaste månaden jämfört med att 50 procent av samtliga Örebrobor bevistade området för 2,5 månader sedan eller mindre.

Resultatet från hur länge sedan Örebroborna och Besökarna besökte Kilsbergen/Ånnaboda kan inte direkt jämföras eftersom Besökare har svarat på hur lång tid som gått mellan två besök och Örebrobor har svarat på tiden sen förra besöket. Statistiskt sett borde tiden sedan förra besöket vara halva tiden av tiden mellan två besök. Trenden för skillnaden mellan föreningsmedlemmar och övriga är dock den samma, det vill säga att föreningsmedlemmar besöker Kilsbergen/Ånnaboda en aning oftare än övriga.



Figur 6. Antal dagar sedan Örebroborna besökte Kilsbergen/Ånnaboda, jämfört med de Örebrobor som är medlemmar i en förening inom friluftsliv eller miljövard. Samt antal dagar mellan två besök för Besökarna, jämfört med och de Besökare som är med i en förening inom friluftsliv eller miljövard.

Frekvensen av besök kan däremot jämföras mellan Besökare och Örebrobor på frågan om hur ofta den svarande besöker området (figur 7). Resultatet från både Örebrobor och Besökare är en förskjuten normalfördelning, där Örebroborna bevistar området mer sällan än Besökarna.



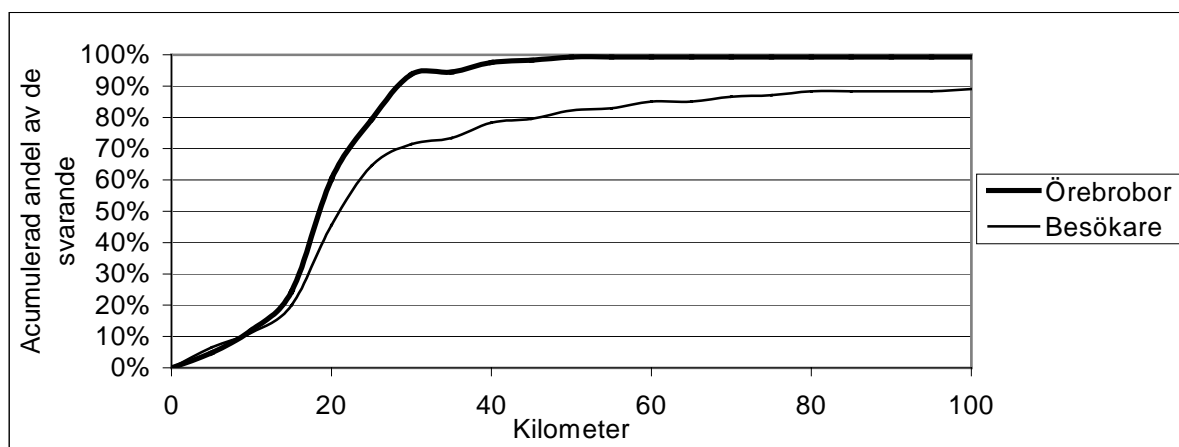
Figur 7. Frekvensen av besök i Kilsbergen/Ånnaboda, uppdelat på Örebrobor och Besökare.

3.4 Storleken av sällskap

Knappt sju procent besöker Kilsbergen/Ånnaboda utan sällskap. Majoriteten hade varit med sin familj, men många också med vänner.

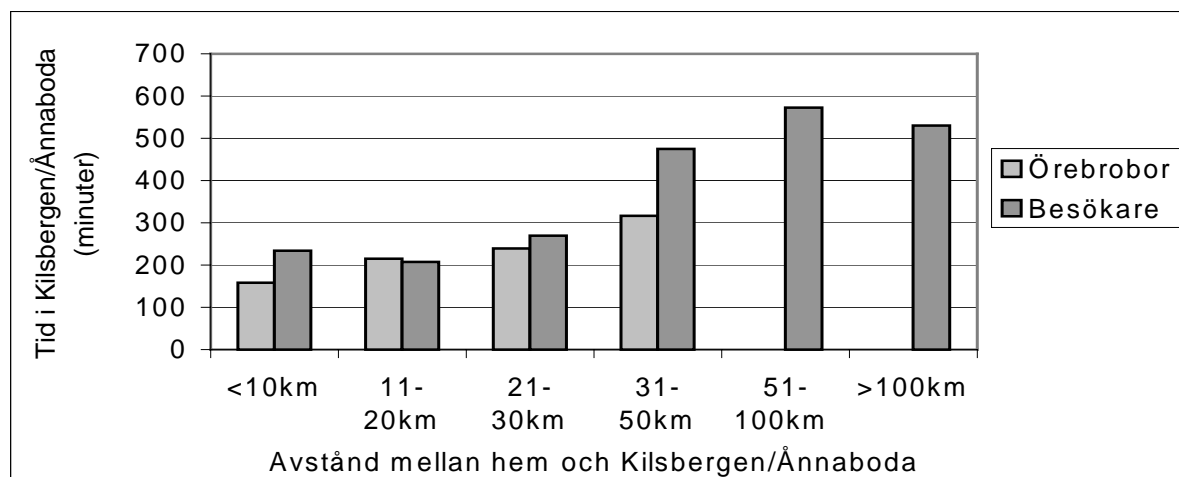
3.5 Avstånd mellan bostad och Kilsbergen/Ånnaboda

De flesta som svarat på enkäten bor ungefär 20 kilometer från Kilsbergen/Ånnaboda (se figur 8).



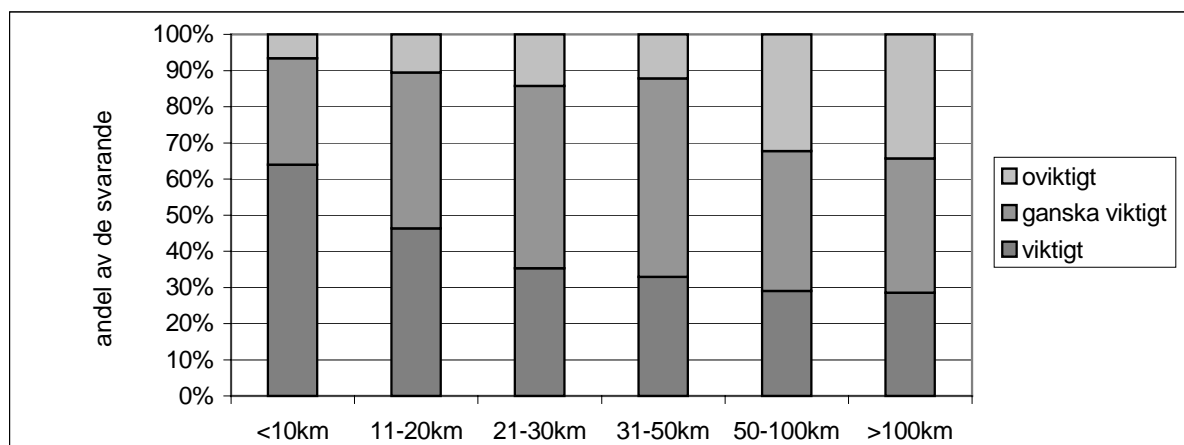
Figur 8. Avståndet mellan bostaden och Kilsbergen/Ånnaboda.

Det finns också ett samband mellan hur långt från Kilsbergen/Ånnaboda den svarande bor och hur lång tid som tillbringades i området vid senaste besöket. De som bor längre bort stannade i området en längre tid per besök (se figur 9). Totalt var det 15 personer av Örebroborna och 71 personer av Besökarna som stannade över natten vid förra besöket.



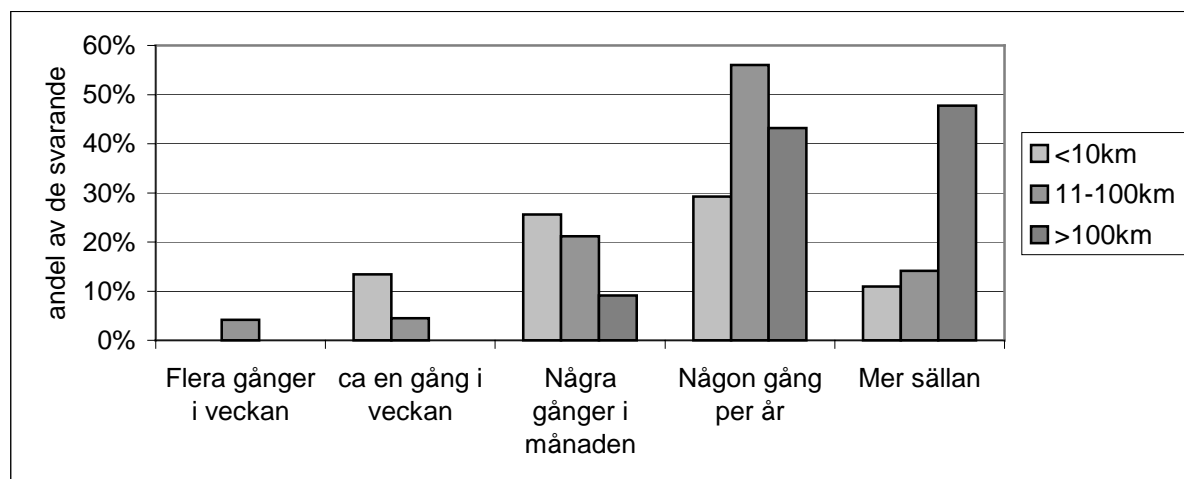
Figur 9. Hur lång tid som tillbringas i Kilsbergen/Ånnaboda med hänsyn till avståndet från bostaden, uppdelat på Örebrobor och Besökare.

Att avståndet mellan bostaden och Kilsbergen/Ånnaboda är viktigt bekräftades främst av dem som bor närmast. Ju närmare den svarande hade till Kilsbergen/Ånnaboda, desto viktigare tycktes avståndet vara. Men även en del av dem som bodde mer än 100 km bort ansåg att avståndet var en viktig faktor när de valde att besöka området (se figur 10).



Figur 10. Betydelsen av avståndet mellan bostaden och Kilsbergen/Ånnaboda.

Avståndet har också en inverkan på hur ofta friluftsområdet besöks (figur 11). Ju närmare området den som svarat bor, desto mer frekventa besök till Kilsbergen/Ånnaboda.



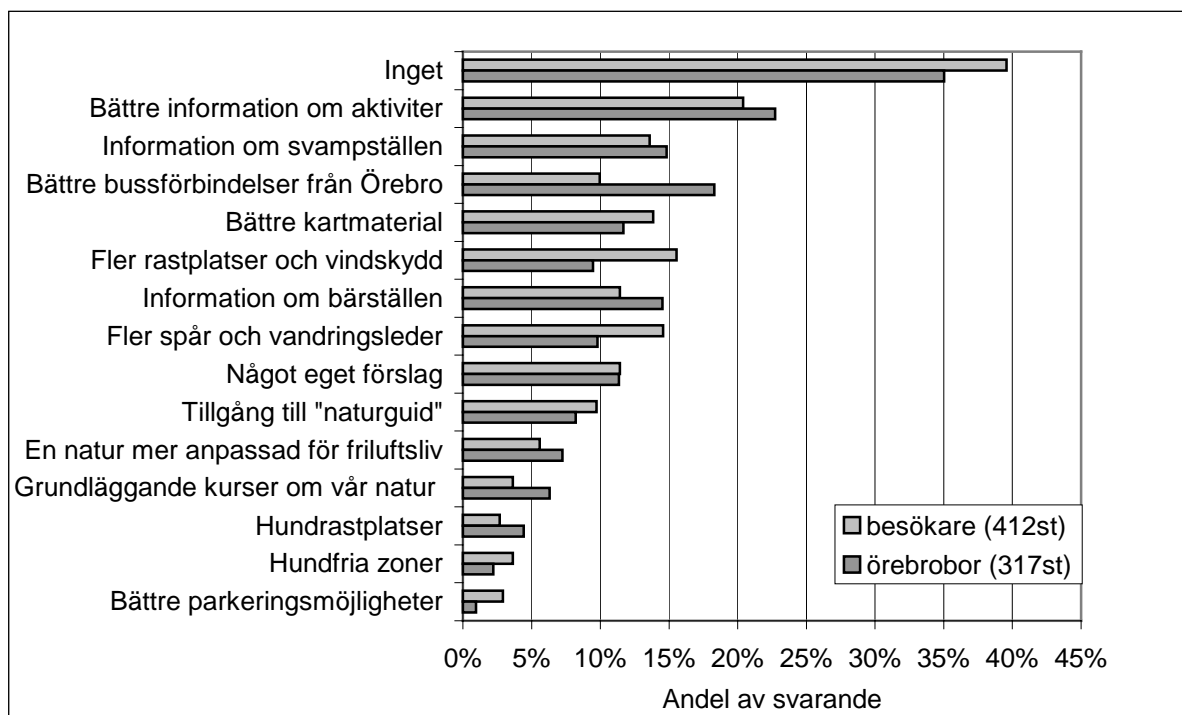
Figur 11. Frekvens av besök i Kilsbergen/Ånnaboda, redovisat med hänsyn till avståndet mellan bostaden och friluftsområdet.

3.6 Färdsätt

För att ta sig till Kilsbergen/Ånnaboda använder nästan alla bil. Det går reguljär busstrafik mellan Örebro och Ånnaboda, men trots detta hade endast 24 personer i hela enkätundersökningen åkt buss vid det senaste besöket, varav 19 var Örebrobor. Eftersom alternativet bara hette "buss" ingår där även hyrda privatbussar, vilket är vanligt när föreningar åker på utflykt. Bara tio procent av Besökarna efterfrågade bättre bussförbindelser, medan närmare 20 procent av Örebroborna skulle besöka Kilsbergen/Ånnaboda oftare vid bättre bussförbindelser.

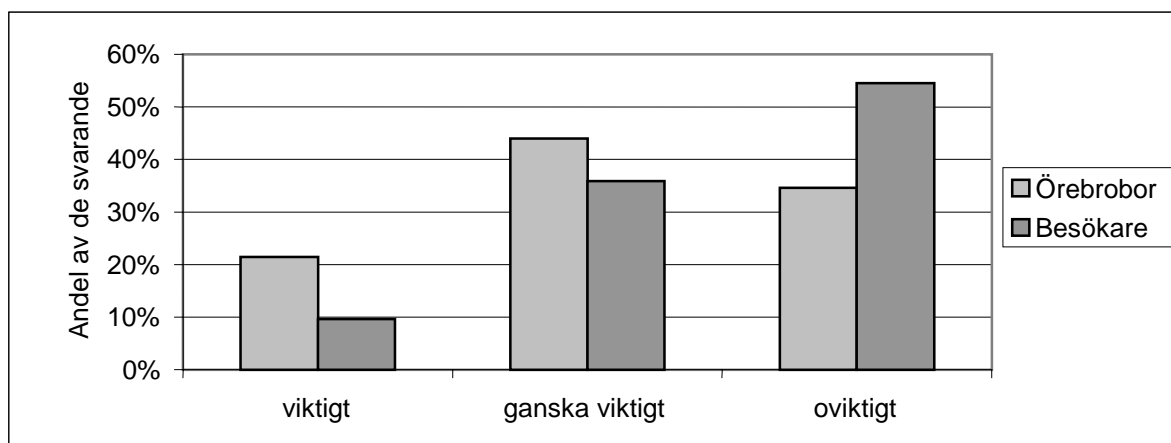
3.7 Förbättringar

En dryg tredjedel av de tillfrågade skulle inte besöka Kilsbergen/Ånnaboda trots förändringar och förbättringar. I dessa svar ingår även en del av dem som besöker området ofta och menar på att de är nöjda med området och antalet besök. Men genom att ge tydligare information om pågående aktiviteter skulle ungefär en femtedel av de tillfrågade göra fler besök. Besökarna ville i högre grad än Örebroborna ha förbättring av faciliteter som spår, rastplatser och kartor, medan Örebroborna ville ha information om bär och svampställen samt kurser (se figur 12).

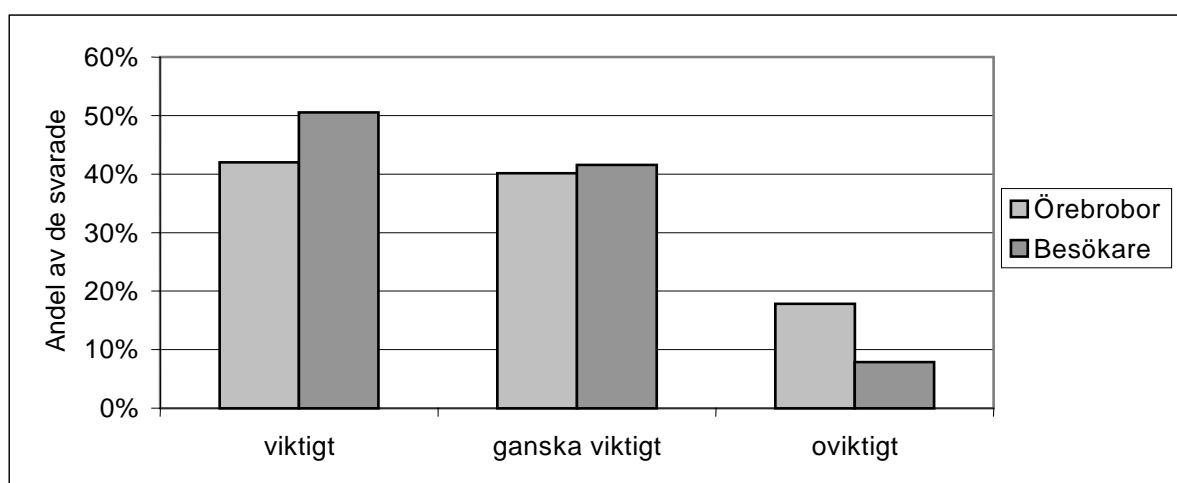


Figur 12. Vilka förbättringar som skulle öka antalet besök till Kilsbergen/Ånnaboda.

Den stora betydelsen av områdets utrustningar (motionsspår etc.) för Besökarna speglas även i fråga 14 där den svarande får kryssa i hur viktiga områdets utrustningar är. Av Besökarna var det bara åtta procent som tyckte områdets utrustningar är helt oviktigt, medan 18 procent av Örebroborna svarade att områdets utrustningar är helt oviktiga (se figur 13). Vid frågan om hur viktiga organiserade aktiviteter är, visade det sig att över 50 procent av Besökarna tyckte att det var oviktigt, medan endast 35 procent av Örebroborna tyckte det var oviktigt (se figur 13).



Figur 13. Hur viktiga anses organiserade aktiviteter i Kilsbergen/Ånnaboda vara, uppdelat på Besökare och Örebrobor.



Figur 14. Hur viktiga anses områdets utrustning (till exempel motionsspår) vara, uppdelat på Besökare och Örebrobor.

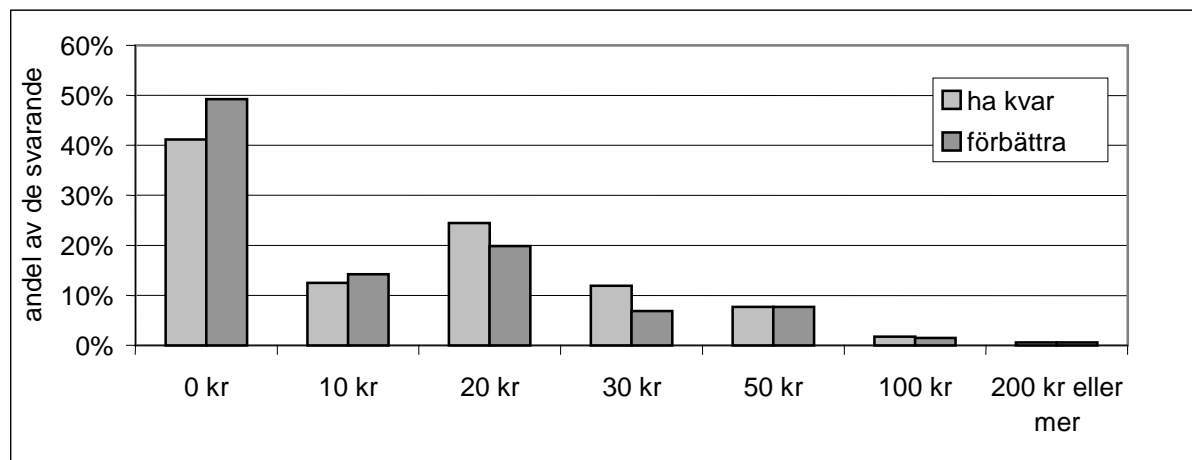
3.8 Naturens betydelse

Intresset av att anpassa naturen för friluftsliv var generellt lågt, bara cirka fem procent skulle besöka området oftare om naturen anpassades. Men om man tittar på frågan som tar upp hur betydelsefullt områdets karaktär (typ av natur) är, värdesätts den högt. Bara fem procent av dem som svarade angav att områdets karaktär är helt oviktig.

3.9 Betalningsvilja

Den näst sista frågan handlade om betalningsvilja, vilket kan vara en känslig fråga och många reagerade starkt över den och skrev kommentarer som; "Det ska vara gratis att gå i skogen, om ni börjar ta betalt för Kilsbergen/Ånnaboda byter jag friluftsområde" eller "Vi betalar redan för friluftsliv via skatten." Nästan hälften av de svarande kunde inte tänka sig att betala alls. Betalningsviljan hos de som kunde tänka sig betala låg mellan 10 och 20 kr i genomsnitt för båda alternativen för samtliga grupper. En liten skillnad i betalningsviljan fanns mellan "ha kvar standarden" och "förbättringar", de som svarade på frågan angående att ha kvar standarden var i genomsnitt beredda att betala lite mer än de som svarade på frågan angående

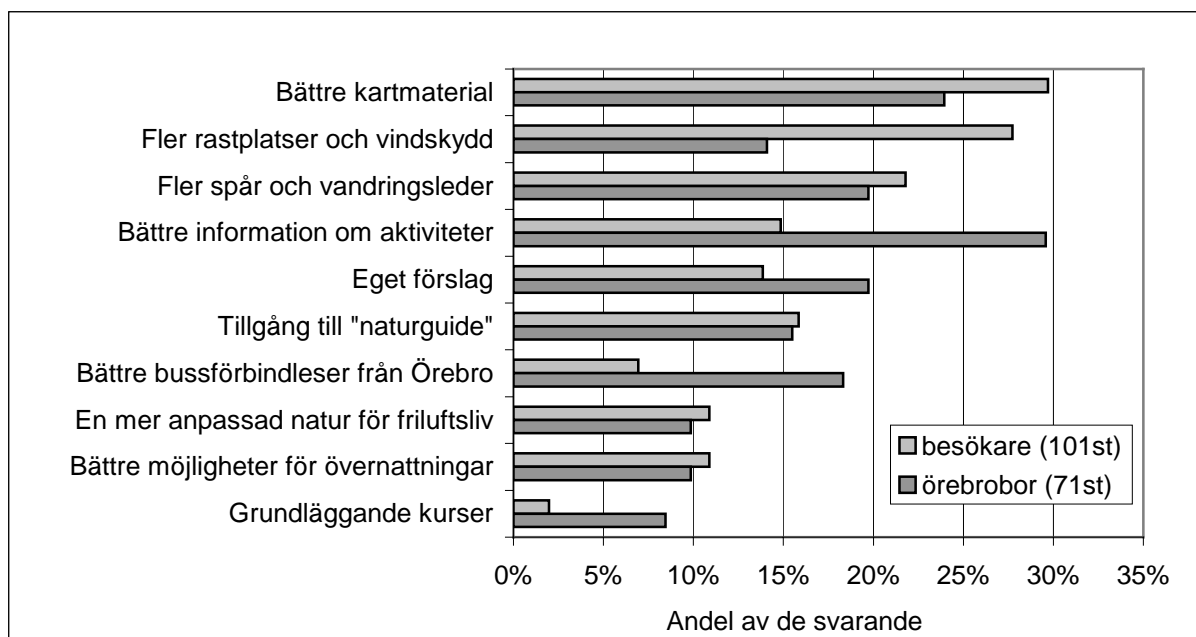
förbättringar (se figur 15). Det totala medelvärdet var 14 kr per besök för förbättringar och 16kr per besök för att ha kvar nuvarande standard.



Figur 15. Fördelningen på hur mycket de svarande är beredda att betala per besök i Kilsbergen/Ånnaboda, uppdelat på frågan om att ha kvar standarden och för förbättringar.

De som åkte skidor vid förra besöket och svarade på frågan om att ha kvar standarden urskilde sig från mängden genom en högre betalningsvilja. De kunde tänka sig betala över 25kr i genomsnitt för att ha kvar standarden. Däremot var de inte mer villiga än någon annan på att betala för förbättringar.

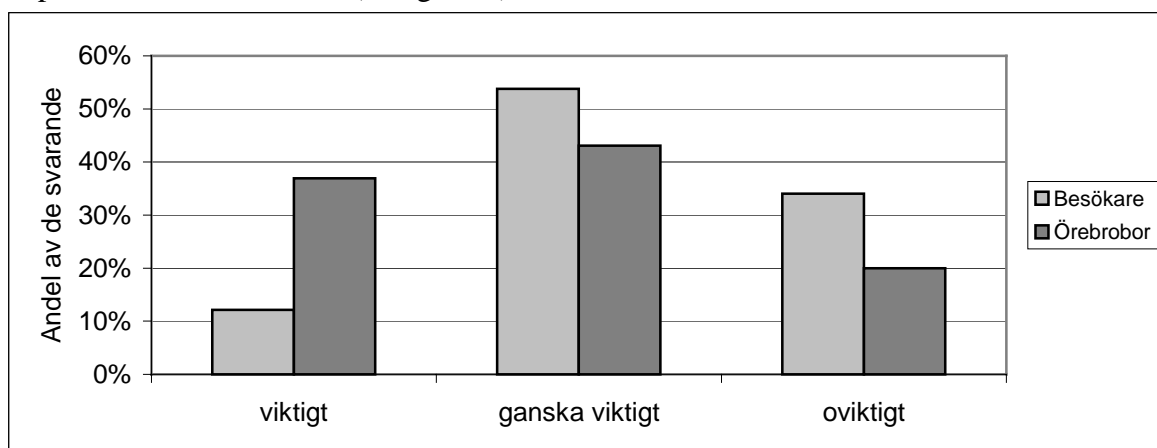
De som fick frågan om hur mycket de var beredda att betala för förbättringar fick en följdfråga angående vilka förbättringar som man skulle kunna tänkas betala. Svaren skiljer sig mellan Besökare och Örebrobor. Över en fjärdedel av samtliga som är villiga att betala för förändringar är överens om att de kunde tänka sig att betala för ett bättre kartmaterial. Rastplatser önskas av närmare 30 procent av Besökarna, medan lika många Örebrobor vill ha mer information om vilka aktiviteter som pågår i Kilsbergen/Ånnaboda. Nästan var femte Örebrobor skulle heller inte ha något emot att betala något per besök för att förbättra bussförbindelsen mellan Örebro och Kilsbergen/Ånnaboda (se figur 16).



Figur 16. Vilka förbättringar som önskas av dem som angivit att de är beredda att betala för förbättringar, uppdelat på Örebrobor och Besökare.

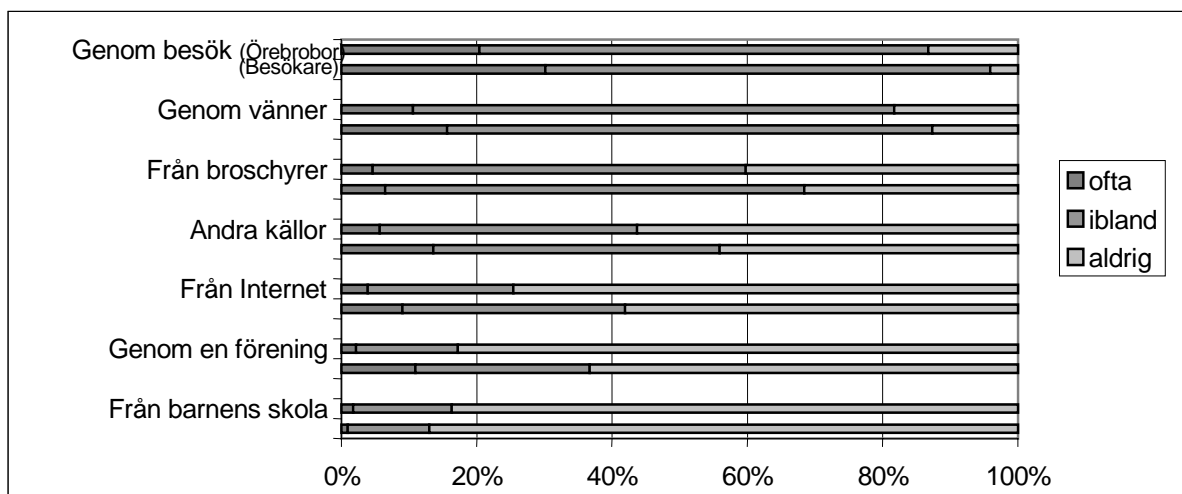
3.10 Information

Tillgången på information över området är viktigare för Örebrobor än Besökare. Tolv procent av Besökarna har svarat att det är viktigt med information över friluftsområdet jämfört med 37 procent av Örebroborna (se figur 16).



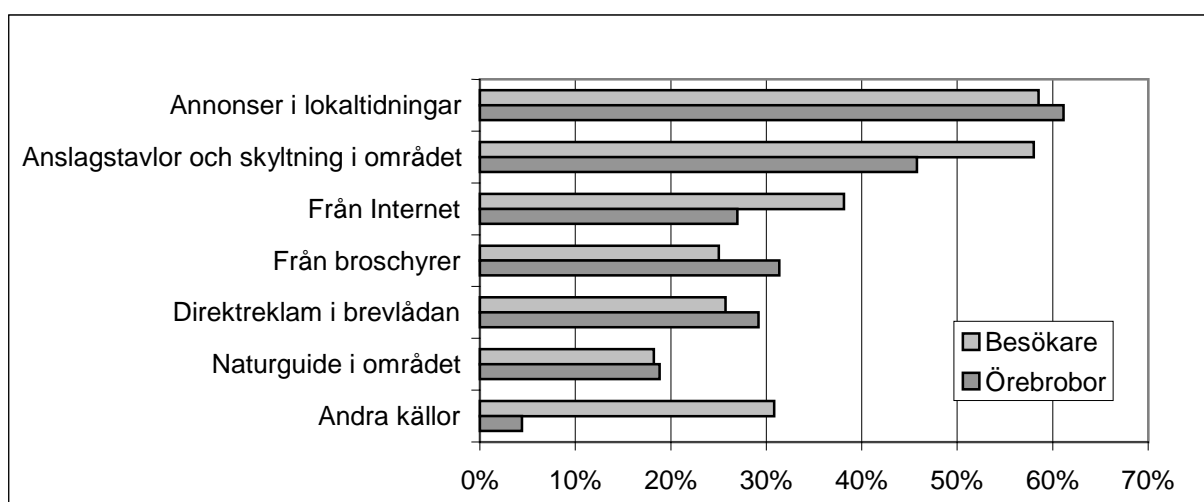
Figur 17. Hur viktig tillgången av information är för att besöka Kilsbergen/Ånnaboda, uppdelat på Örebrobor och Besökare.

De två mest använda informationskanalerna för både Besökare och Örebrobor är att besöka Kilsbergen/Ånnaboda eller att få information via vänner. En större andel av Besökarna än av Örebroborna har dock angett att de får information genom besök. Det är bara 20 procent av Örebroborna och 40 procent av Besökarna som använder sig av Internet för att få information om området. Av Örebroborna är det något fler som önskar sig information via Internet än som redan får sin information från denna källa. Det är värt att lägga märke till att många får information via andra kanaler än de som var nämnda (se figur 18). Några av de informationskanaler som har lagts till av de svarande är lokaltidningar, telefonsvarare med information om snödjup och annat, text-TV och via arbetet.



Figur 18. Hur Örebrobor och besökare får information om Kilsbergen/Ånnaboda.

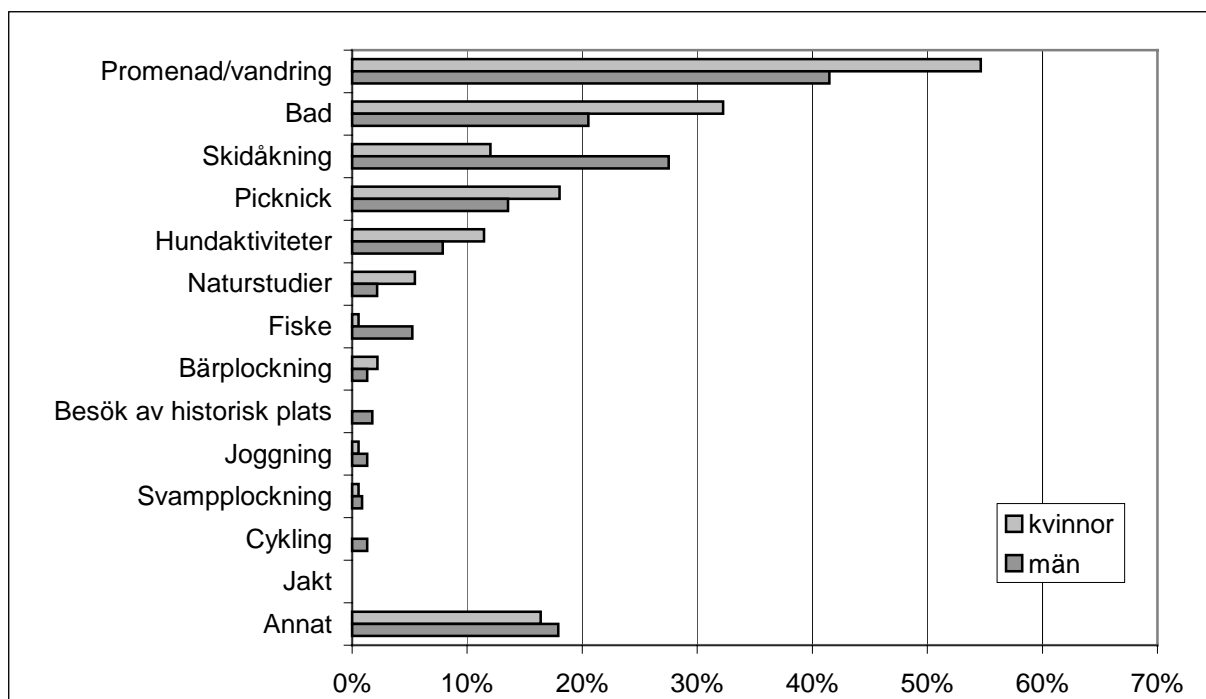
Annonser i lokaltidningar är det sätt som de flesta av de svarande vill få information om Kilsbergen/Ånnaboda, hela 60 procent har angett detta alternativ. Lika många av Besökarna har svarat att de vill ha information från anslagstavlor och skyltning i området (se figur 19).



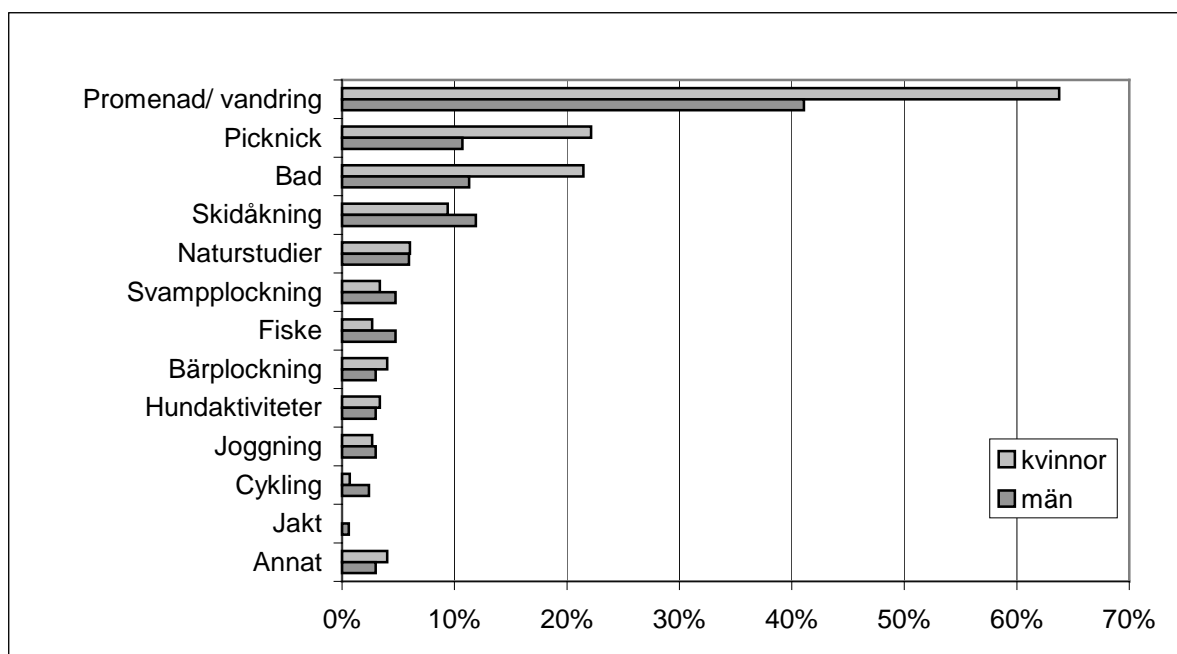
Figur 19. Hur de svarande önskar att få information om Kilsbergen/Ånnaboda.

3.11 Aktiviteter

Vid senaste besöket promenerade eller vandrade ungefär hälften av de svarande (se figur 20 och 21).. Männerna ägnade sig dock i mindre grad åt denna aktivitet än kvinnorna. Totalt sett var "bad" den näst vanligaste aktiviteten och även där var männen underrepresenterade. Aktiviteten "bad" var inte lika vanlig bland Örebrobor som Besökare. Den tredje mest vanliga aktiviteten vid senaste besöket var skidåkning. Det var fler av Besökarna än Örebroborna som angav detta alternativ. Män angav skidåkning oftare än kvinnor. Den näst vanligaste aktiviteten efter promenad som Örebroborna angav var picknick. Det visade sig också att fler Besökare än Örebrobor ägnade sig åt en aktivitet som inte fanns i listan, 17 mot fyra procent. Pulkaåkning var klart vanligaste aktiviteten som ej fanns med i listan, följt av restaurangbesök och bastubad.

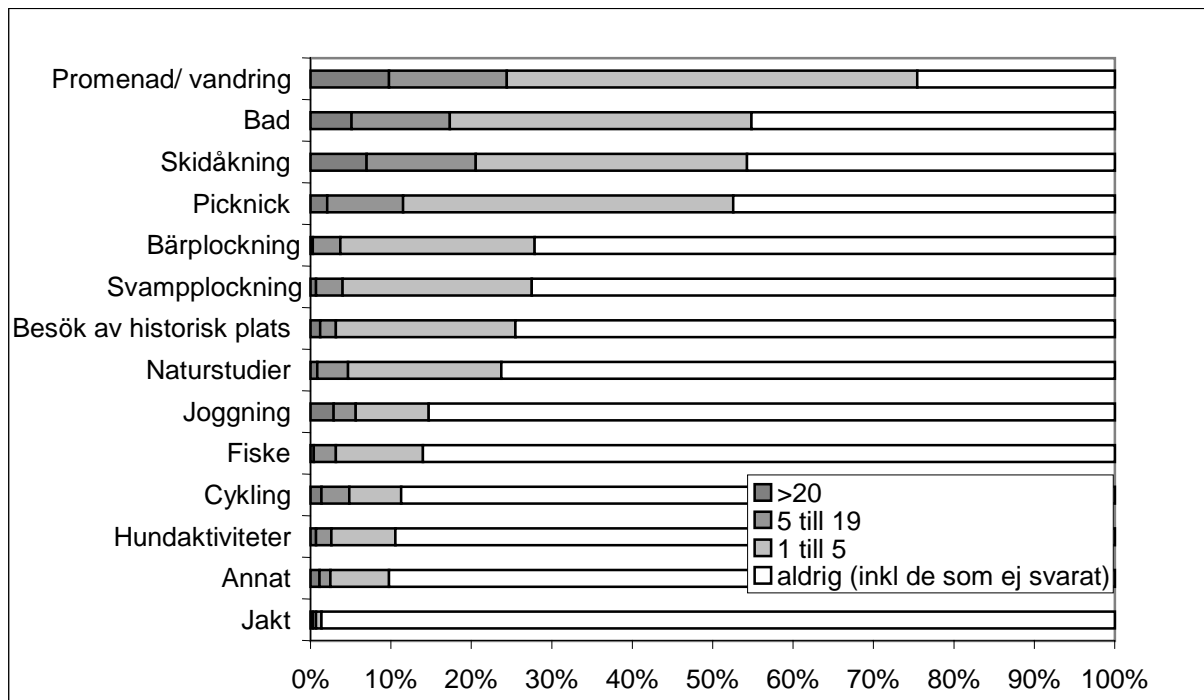


Figur 20. Vilken aktivitet som utövades vid Besökarnas senaste vistelse i Kilsbergen/Ånnaboda, uppdelat på män och kvinnor.



Figur 21. Vilken aktivitet som utövades vid Örebrobornas senaste vistelse i Kilsbergen/Ånnaboda, uppdelat på män och kvinnor.

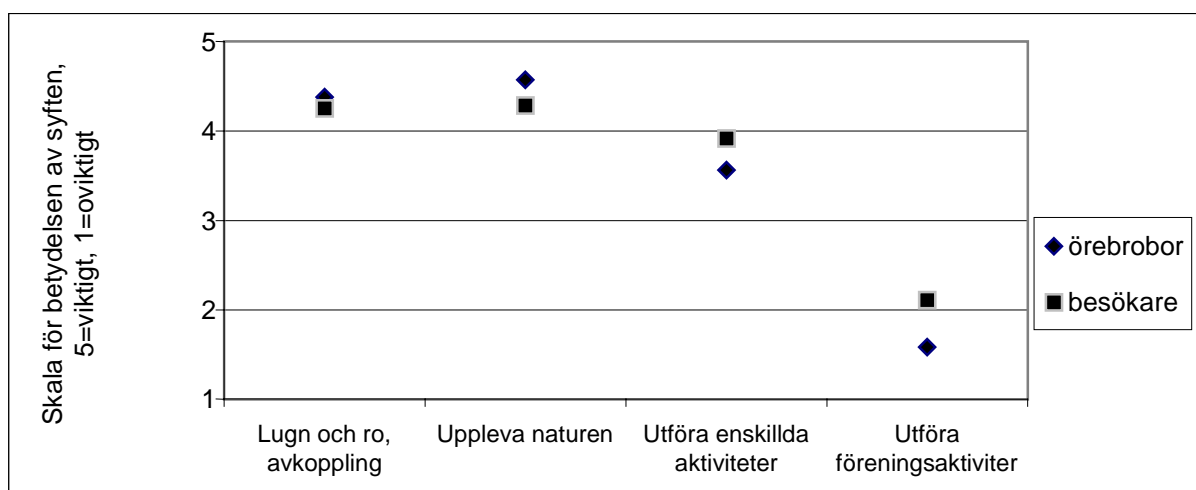
Promenad/vandring, bad, skidåkning och picknick är de aktiviteter som utförs oftast, medan jakt knappt alls utövas av de svarande (se figur 22). Det är stora säsongsskillnader mellan aktiviteterna för Besökarna eftersom deras besök hänvisas till tre tydliga säsonger. Av Besökarna som hade varit i Kilsbergen/Ånnaboda på sommaren angav 80 procent "bad" som aktivitet. På hösten var "promenad eller vandring" den huvudsakliga aktiviteten med nästan lika stor andel, och slutligen på vintern var skidåkning den aktivitet som hade utövats oftast vid senaste besöket.



Figur 22. Hur många gånger om året som respektive aktivitet utövas vid besök i Kilsbergen/Ånnaboda.

3.12 Syftet med besöket

I fråga 14 fick Besökare ange hur viktiga fyra syften var för dem och samma fråga fick Örebroborna fast som nummer 15. Det fanns nästan inga skillnader i svaren mellan Besökare och Örebrobor. Lugn och ro och avkoppling var lika viktigt som att uppleva naturen. Att utföra egna aktiviteter var mindre viktigt och att utföra föreningsaktiviteter var nästan inte viktigt alls (se figur 23).

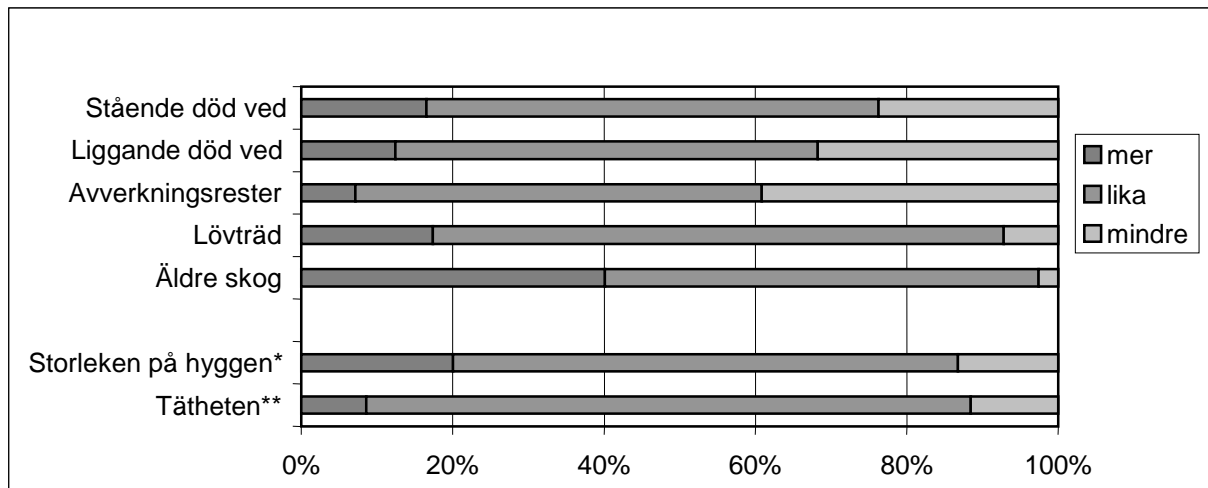


Figur 23. Hur de fyra nämnda syftena värderas av de svarande, uppdelat på Besökare och Örebrobor.

3.13 SKÖTSELASPEKTER

Sista frågan i enkätformuläret behandlade synen på skötsel aspekter av skogen (se figur 24). På samtliga frågor angavs alternativet ”lika” oftast. Generellt är det ett motstånd mot all slags död ved; liggande, stående samt avverkningsrester. Här kan man notera att stående död ved är mer populärt än liggande. De Besökare som angivit att de är med i en förening urskiljer sig från allmänheten i frågan om Stående död ved och om Äldre skog genom att de önskar i större grad ökning av både mängden Stående död ved och Äldre skog.

Av Besökarna var det ungefär 65 procent som var nöjda med mängden stående död ved, 15 procent som ville ha mer och 20 procent som ville ha mindre. Bland Örebroborna skiljde sig svaren mycket beroende på andra faktorer som ifall de var medlemmar i någon förening och samt vilken aktivitet som utövades sist. Den gruppen som skilde sig mest från resten var de som angivit att de är med i en friluftsför- eller miljöfrämjande förening. I denna grupp var endast 40 procent nöjda med befintlig mängd stående död ved, medan över 45 procent tyckte att mängden kunde ökas.



Figur 24. Hur de svarande vill att skogens sammansättning ska se ut.

* Från vänster: Fler och mindre, lika, Färre och större

** Från vänster: Tätare, lika, glesare

Totalt var det endast drygt tio procent av alla som svarade som ville öka mängden liggande död ved (lågor) och en tredjedel som ville minska mängden.

Nästan ingen vill ha mer avverkningsrester lämnade, en majoritet är nöjda med den mängd som lämnas idag, medan ungefär 40 procent vill att mindre avverkningsrester lämnas i skogen.

Nästan alla ville ha större andel äldre skog eller var nöjda som det är, knappt någon ville minska mängden äldre skog. Dock skiljer sig de som är medlem i en förening. Av dessa vill fler än hälften ha en större andel äldre skog.

Ungefär tre fjärdedelar av de som svarat tyckte att skogen var lagom tät. Av dem som inte var nöjda ville hälften ha glesare och hälften tätare skog. En viss tendens kunde anas att de som åkt skidor vid sitt senaste besök var de som till störst grad ville ha tätare skog.

Majoriteten, cirka 70 procent, är nöjda med den lövandel som är. Av resterande 30 procent vill majoriteten ha större lövinslag i skogen. Andelen löv är i dag väldigt liten, vissa bestånd är en blandning av barrträd och lövträd, men få eller inga rena lövträdsbestånd finns.

4 DISKUSSION

4.1 Metodens användbarhet

Svarsfrekvensen för studien med Örebrobor var 64 procent vilket uppfyller ett rimligt krav enligt Rosengren & Arvidsson (1997). Däremot var svarsfrekvensen för studien med Besökare hög, 84 procent svarade på enkäten. Förmodligen beror den höga svarsfrekvensen på att jag faktiskt bett dessa personer personligen att delta i enkätstudien. På så sätt har de en personlig relation till studien. Dessutom har de bevisligen besökt området nyligen och har på så sätt förmodligen något slags intresse för Kilsbergen/Ånnaboda. Detta talar då också för att det är stor sannolikhet att besökare har större intresse av friluftsliv och miljö än allmänheten. Det bör dock tilläggas att ungefär 30 till 60 personer avböjde att vara med i studien redan när adresserna samlades in i Kilsbergen, så den faktiska svarsfrekvensen är därför lite lägre.

Bortfallsanalysen för Örebrobor visade en skillnad mellan de som svarade snabbt och de som inte svarade förrän efter påminnelser. Eftersom det var 36 procent av Örebroborna som aldrig svarade kan det tänkas leda till att Örebrobornas svar är förskjutna mot ett större intresse för friluftsliv och Kilsbergen/Ånnaboda. För studien med Besökare är bortfallet inte något stort problem eftersom det endast var 16 procent som inte svarade, samt med tanke på att inga signifikanta skillnader fanns mellan de som svarade tidigt respektive sent. Det gjordes också en analys över åldersfördelningen mellan de Örebrobor som svarat på enkäten jämfört med Örebros åldersfördelning enligt SCB. Inga större skillnader mellan Örebros befolkning och de som svarat på enkäterna noterades.

Några svagheter i själva enkätformuläret har hittats efter att svaren kommit in. Frågan om hur ofta den svarande besöker Kilsbergen/Ånnaboda var mer anpassad för ett närrekreationsområde eller en tätortsnära skog. Alternativen ”några gånger om året” eller ”någon gång per månad” saknades. Detta påpekades av många av de svarande och därför ska svaren från denna fråga inte tolkas bokstavligt. Resultatet visar att majoriteten av Örebroborna är i Kilsbergen/Ånnaboda någon gång per år, samtidigt har dock majoriteten uppgett att de varit i Kilsbergen/Ånnaboda för mindre än 100 dagar sedan. Om besöken till området sker med samma tidsintervall betyder det att flera besök skulle hinnas med per år och inte bara ett.

För att alla ska kunna ange ett alternativ som passar in har till de flesta frågor ett neutralt alternativ formulerat som ”annat”, ”eget” alternativt ”inget” lagts till (Rosengren & Arvidsson 1997). Dessa alternativ har troligen ibland använts som ett enkelt och snabbt svar istället för att personen tänkt igenom frågan ordentligt. Samma ”lathet” kan ha drabbat de svarande angående frågorna om skogens skötsel. Största andelen har svarat att det är bra som det är. Det kan betyda att folk inte bryr sig om hur området sköts och därför kryssar i ett neutralt alternativ. Men med tanke på att de svarande har visat sig bry sig om naturen i andra frågor betyder det förmodligen att de flesta är nöjda som det är. Denna belåtenhet kan ha att göra med att det finns en generell rädsla hos folk för förändringar (Lindhagen, pers. med.), men det kan också bero på att området närmast Ånnaboda redan sköts väl.

Eftersom alla enkäter till Örebroborna skickades ut samtidigt kan aktiviteternas fördelning blivit lite skev. Frågan ställdes så att de svarande skulle ange förra aktiviteten, varför de som varit i området nyligen bara kunde ange en aktivitet som kunde utföras på hösten. En säsongvis jämförelse av Besökarnas aktiviteter har däremot gjorts. Aktiviteterna

promenad/vandring, picknick och hundaktiviteter utövades i huvudsak på hösten, men om inte vädret hade varit så väldigt varmt de dagarna på sommaren som dessa besök refererar till hade möjligtvis fler utövat dessa aktiviteter även då. Med stor sannolikhet skulle även dessa aktiviteter varit vanligare även vintertid om inte insamlingen av vinteradresser hade skett under två väldigt kalla januaridagar. De aktiviteter som inte alls kommer med i denna studie är specifika våraktiviteter. Exempel på sådana aktiviteter är fågelskådning och picknick.

Huvudsyftet med denna uppsats var att ge förslag på hur man kan göra en studie av besökare i ett rekreationsområde. Enkäter har visat sig vara ett bra sätt att nå ut till en bred allmänhet och delfrågorna i syftet har kunnat besvaras. Däremot kan det vara svårt att nå folk med specialintressen såsom jakt och andra specifika naturintressen som fågelskådning. Särskilt jaktintresserade faller ofta utanför sådana här studier. De som är intresserade av jakt är däremot ofta beredda att betala mycket för möjligheter att utöva sitt intresse och därför bör man försöka nå dessa separat för att få en känsla för vad de har för preferenser angående jaktmöjligheter. I denna studie var det endast en person som ägnat sig åt jakt vid förra besöket i Kilsbergen/Ånnaboda.

4.2 Besök

Över 90 procent av dem som bor i närheten av Kilsbergen/Ånnaboda har någon gång besökt friluftsområdet. Alltså finns det något i området som tilltalar de allra flesta. Av detta kan man dra slutsatsen att Kilsbergen/Ånnabodas publik är mer bred än specialiserad. Om detta gör det mer eller mindre lönsamt vid förvaltningen av området kan diskuteras. Beroende på vilka krav som finns från allmänheten kan det vara väldigt kostsamt att vara alla till lags, samtidigt som det totalt är fler som kan betala för sig. Det viktiga är istället att definiera vad man vill få ut av att gynna rekreationen på sin skogsmark. Är målet att hitta nya inkomstmöjligheter är det nog extra viktigt att begränsa sig och hitta en nisch istället för att försöka att vara alla till lags.

Besökarna kan sägas stå för större frilufts- och miljöintresse än Örebroborna, dels för att de i genomsnitt besöker området oftare, dels för att de i högre grad är med i föreningar som sysslar med friluftsliv eller miljövard.

Andelen som aldrig besökt Kilsbergen/Ånnaboda är mycket liten, men utöver det finns det även många av de svarande som var i området för flera år sedan. Därför borde frågan om anledningen till uteblivna besök ha besvarats även av dessa. Det går inte som i USA (Manning 1999) att hitta någon särskild kategori av människor bland dem som besöker området. Anledningarna till att inte ha besökt området är vitt spridda och säger i princip bara att det finns många anledningar till uteblivna besök och ingen anledning tycks vara viktigare än någon annan. Besökarna i denna studie representerar besökare huvudsakligen i Ånnaboda snarare än i hela Kilsbergen eftersom det är där som adresserna är insamlade. Det hade varit intressant att få uppgifter om hur långt ifrån själva Ånnaboda som besökare förflyttar sig.

Orsakerna är många till varför området besöks, det kan dock sägas att Kilsbergen/Ånnaboda är mer ett utflyktsmål än ett närrekreationsområde eftersom de flesta måste lägga ner tid på transport till området, samt att varje besök varar i flera timmar. En annan faktor som tyder på att Kilsbergen/Ånnaboda är ett utflyktsmål är att de flesta är där med sina familjer eller annat sällskap. Knappt sju procent besöker området ensamma, vilket är få jämfört med en studie i den tätortsnära skogen Stadsliden i Umeå där cirka 40 procent av besökarna kommer utan sällskap (Lindhagen 1996). I genomsnitt består varje grupp i Kilsbergen/Ånnaboda av sex till sju personer, men eftersom en del angivit att de varit där i samband med en bussresa med

mycket stora grupper, är sanningen säkert lägre än så. Enligt medianen bestod varje grupp av tre till fyra personer, vilket förmodligen stämmer bättre överens med verkligheten.

I tidigare studier (Hörnsten, 2000) har man funnit att avståndet till rekreationsskogen har en stor betydelse för utövande av friluftsliv. De samband som funnits visar att ju närmare man bor skogen, desto oftare sker besök i den. I den här studien finns ett samband som visar att avståndets betydelse ökar ju närmare den svarande bor Kilsbergen. Det finns särskilt två intressanta grupper, först de som bor nära området men tycker att avståndet är oviktigt, frågan är om dessa skulle besöka Kilsbergen/Ånnaboda även om de bodde längre bort? I sådana fall betyder det att Kilsbergen/Ånnaboda bjuder på bra rekreativsmöjligheter. Vidare finns den grupp som bor längre bort än 100 km och tycker att avståndet är viktigt. Hur kommer det sig att de är i Kilsbergen/Ånnaboda? Är de där av en slump eller anser de att 100 km är nära? Studien visar också att de som bor nära Kilsbergen/Ånnaboda besöker området oftare och stannar kortare tid vid varje tillfälle.

4.3 Ekonomiska aspekter och marknadsföring

De flesta som besöker Kilsbergen/Ånnaboda stannar i flera timmar, men besöker inte området särskilt ofta. Med hänsyn till att de flesta dessutom åker bil minst ett tiotal kilometer kan man dra slutsatsen att besökare i Kilsbergen lägger både tid och pengar på varje besök. Med tanke på att tid är värdefull i dagens stressade samhälle måste därför en vistelse i Kilsbergen värderas relativt högt. De aktiviteter som utövas mest frekvent, promenad och bad, kräver dock ingen dyr utrustning. Däremot kräver skidåkning, som är den tredje vanligaste aktiviteten, skidutrustning. Tar man hänsyn till vad utrustningen kostar för att utöva vissa aktiviteter betyder det att de som utövar friluftaktiviteter i Kilsbergen lägger ner mer pengar på sitt besök än bara kostnaden för transporter. Dessutom spenderas redan pengar på till exempel camping, övernattningar, fiskekort och liftkort för utförsåkning. Med tanke på dessa kostnader inklusive resvägen och tiden tillbringad i Kilsbergen borde ett besök vara mer värt än de cirka 15 kronor som personerna i studien är beredda att betala. Istället kan de 15 kr ses som vad varje person i genomsnitt är beredd att betala ytterligare. Detta belopp stämmer bra överens med både den danska studien som Linddal och Jensen (1991) gjort, och den finska studien av Sievänen *et al.* (1992) (refererade till i Johansson *et al.* 1995), där dessa nordiska forskare visat att besökare har varit beredda att betala cirka 15 kr per besök. Alltså borde resultaten från den här studien vara rimliga med hänsyn till vad dessa nordiska forskare tidigare kommit fram till. Wallsten (1985) räknade i sin rapport om rekreativsområdet Rogen ut, att varje besök innebar en uppoffring av 100 kr för transport, avskrivning av utrustning, mat osv. Med justering till dagens priser torde denna siffra vara ännu högre. Rogen är ett mer specialiserat friluftsområde som kräver långa transporter och eftersom det är främst flerdagarsaktiviteter som paddling och vandring som utövas där krävs mer utrustning än i Kilsbergen/Ånnaboda. Därför känns 100 kr om dagen som en låg uppskattning om det ska täcka alla kostnader. Vid en uppskattning av genomsnittliga kostnader för endast transporterna för varje besök i Kilsbergen/Ånnaboda, skulle det kosta cirka 50 kr per besök om det är två personer som samåker i en bil och bor 20 kilometer ifrån området, räknat med en milkostnad på 25 kr. Sen tillkommer utrustning, mat och övernattningar beroende på aktivitet. Den extra kostnad på cirka 15 kr som accepteras är trots allt då ganska liten i förhållande till vad ett besök egentligen kostar.

De som åkte skidor vid förra besöket och svarade på frågan om hur mycket de var beredda att betala för att ha kvar standarden urskiljde sig från mängden genom en högre betalningsvilja. De kunde i genomsnitt tänka sig betala över 25 kr per besök. Det kan bero på att det i

dagsläget finns en avgift för att åka i det spår som prepareras med snökanon. Att de däremot inte var ivrigare än någon annan att betala för förbättringar kan tolkas som att skidåkarna är nöjda med de möjligheter som finns i dag.

Genom mer information, bättre tillgänglighet och förbättring av faciliteter som kartor och vandringsleder skulle antalet besök troligen öka. Den typ av information som efterfrågas mest är via annonser i lokaltidningar. Kilsbergen/Ånnaboda har en tydlig och informativ hemsida, men denna används i låg utsträckning. En dryg tredjedel av de tillfrågade skulle inte besöka Kilsbergen/Ånnaboda oftare trots förändringar och förbättringar. I dessa svar ingår även en del av dem som besöker området ofta och menar att de är nöjda med området och antalet besök.

Risken med att ha en direkt avgift vid varje besök är att besökare kan välja ett annat område istället. Rekreationsområden långt från hemmet är mer känsliga för negativa förändringar än de som är nära, tätortsnära skogar ofta är besökta just för att de är närbelägna och vid oönskade förändringar finns därför inga direkta alternativ (Hörnsten, 2000). Vem som ska betala, eller hur betalningen ska utföras diskuteras inte vidare här, dock kan konstateras att rekreation i skogsmark värderas högt hos individen, eftersom man väljer att lägga tid och pengar på dessa aktiviteter. Den extra betalningsviljan för att vistas i Kilsbergen/Ånnaboda är dock relativt liten. Istället för att se ökat antal besök till Kilsbergen/Ånnaboda ur ett företagsekonomiskt perspektiv, skulle Sveaskog som är ett statligt ägt bolag kunna bidra till en samhällsekonomisk vinst genom ett ökat intresse av friluftsliv. Friluftsliv har bevisats påverka folkhälsan positivt på många sätt (Kulturdepartementet, 2000) och på längre sikt skulle det innebära lägre kostnader för sjukvård.

4.4 Skogsskötsel

För att ta reda på hur friluftsutövarna ser på naturen ställdes en fråga om skogsskötselaserpekter. Frågan visade sig vara svår att besvara och hade det största interna bortfallet. Cirka 535 svarade på denna av totalt 730 som skickade tillbaka enkäterna. En del skrev att de inte hade tillräcklig kunskap att avgöra och andra lämnade bara frågan blank. Av dem som svarade var 60 till 70 procent nöjda och med hänsyn till att endast cirka fem procent tyckte att områdets karaktär är helt oviktig, borde alltså majoriteten vara nöjda.

4.4.1 Död ved

Generellt kan det sägas att det finns ett motstånd mot större mängder döda träd eller rester av träd. Önskan om mer liggande död ved var nästan obefintlig, medan flera kunde tänka sig mer stående döda träd. Alltså är stående döda träd långt mer accepterade än lågor. Lågor kan vara till hinder om man vill förflytta sig i terrängen och dessutom ser det ostädad ut och det kan vara några av anledningarna till varför svaren är grupperade som de är. Trots att få går utanför stigarna (Kardell, 1985) så påverkas synintrycket som också har stor betydelse för friluftslivet. De som är minst negativa till lågor är de som angivit att de badade vid det senaste besöket. Denna grupp kan eventuellt ses representera dem som inte använder skogen till sin friluftaktivitet och har inte så stort intresse av hur den sköts. Avverkningsrester påverkar också graden av framkomlighet samt ordningen i skogen och som väntat var det få som önskade att det lämnades mer avverkningsrester än vad som görs idag. Liknande resultat har observerats i Lindhagen (1996), Kardell (1985) och Hultman (1983). De Besökare som är med i någon förening är mer negativa mot mängden avverkningsrester än allmänheten, av dessa vill majoriteten att mindre avverkningsrester lämnas. De personer som är med i en miljö eller friluftsförening borde förstå vikten med att lämna ris i skogen bättre än andra. Den

negativa attityden mot avverkningsrester kan även bero på att man vill ha färre avverkningar vilket naturligt skulle leda till mindre avverkningsrester. Dessa Besökare som är med i någon förening är bara representerad av 31 personer, varför man inte helt kan utesluta slumpen.

4.4.2 Skogens täthet

Det var väldigt få som önskade sig en tätare skog, skidåkare kunde dock observeras önska att skogen var tätare. Dessa kan ha påverkats av ingressen där jag skrivit: "För skidåkaren kanske en tät granskog som ger lä för vinden är att föredra".

4.4.3 Andelen lövträd

Ett av de svar angående skötseln som förvånar mest, är att det är få som vill ha mer lövträd. I andra studier (Hultman, 1985) har det dock observerats att lövträd ger variation i skogen och det borde uppskattas. Det kan bero på att den naturliga lövandelen inte är så stor i skog av denna typ och att det därför skulle kännas onaturligt, däremot brukar lövträd uppskattas i till exempel bryn.

4.4.4 Avverkningar

Frågan om kalhyggen/luckor hade störst internt bortfall. Många var missnöjda med svaren "mindre och fler" och "större och färre". Några påpekade att de helst ville ha mindre och färre eller inga alls. Men det råder en favorisering av små och fler avverkningar framför stora och få. Små ingrepp är också vad som tidigare rekommenderats som skötselmetoder för friluftsområden (Kardell 1985).

4.4.5 Biologisk mångfald och skötsel

Liksom tidigare studier visar denna att man ej bör lämna mycket död ved för att gynna biologisk mångfald i ett rekreationsområde (Hörnsten 2000). Den vanliga friluftsutövaren har helt andra värderingar än att bevara biologisk mångfald när denne utövar sina aktiviteter. När det gäller skötsel aspekterna i denna enkät visar dessa på att mindre död ved och avverkningsrester önskas. Hade man planerat denna skog för att gynna biologisk mångfald hade man med stor sannolikhet ökat mängden död ved för att gynna insekter och fåglar. Förmodligen hade även mängden lövträd ökat i större grad än vad friluftsutövarna önskar. Stor lövandel rekommenderas visserligen av både Hultman (1985) och Kardell (1985), men inte till större andel än 30 procent med hänsyn till vinterårstiden. Det är sällan som planering av skog i ett rekreationsområde tar hänsyn till rekreationens betydelse (Hörnsten 2000). Ofta fokuseras det på biologisk mångfald i dessa områden, men behoven för rekreation och biologisk mångfald skiljer sig oftast åt (Lindhagen & Hörnsten, 2000). Axelsson-Lindgrens (1990) hypotes om att de som är nära naturen förstår dess värde och därefter har en vilja att bevara den, stämde inte i denna studie eftersom få av de svarande värderar biologisk mångfald särskilt högt.

Resultaten från enkätstudien visar på att människor besöker Kilsbergen/Ånnaboda i olika syften, många människor är i Kilsbergen för att få lugn och för att få njuta av naturen, andra vill utöva en sport eller ligga på stranden och sola. Alltså vill del ha lugn och ro samt njuta av naturen, medan andra i huvudsak vill utöva en aktivitet. Den varierade sammansättningen av skogen uppmuntrar till olika aktiviteter och därför är det sammansättningen av skogen som ska planeras och inte aktiviteterna direkt. För att kunna tillgodose de flesta besökarens intressen gäller det alltså att planera för diverse mål och aktiviteter. En strukturerad lösning är

att dela upp olika typer av mål, aktiviteter och förutsättningar och att sedan kombinera dessa, så som ROS fungerar.

5. SLUTSATSER

Här presenteras slutsatser och förslag på hur man kan arbeta vidare med detta material och hur det kan vara lämpligt att Sveaskog resonerar för att uppnå sina mål med sitt verksamhetsområde Naturupplevelser.

Den metod som använts har visat sig vara bra och frågorna som ställdes i syftet har kunnat besvaras. Studien skulle även kunna ha kompletterats genom att kartlägga antal besök. Antalet besök kan också användas för att indikera förändringar i besöksfrekvensen, till exempel vid förändringar i området. Automatiska räknare skulle vara lätt att använda eftersom studien visar att nästan samtliga besökare använder sig av bil vid transport till ett område som Kilsbergen/Ånnaboda. De felkällor som dock alltid finns, är att en del åker bara upp till parkeringen och vänder. Det går inte heller att vara helt säkert på hur många som åker i varje bil.

För ytterligare komplement till denna studie kan det rekommenderas att man också kontaktar de som är med i jaktföreningar, fiskeföreningar samt andra grupper med specialintressen. Dessa grupper faller annars lätt utanför generella studier som den här. Många av dem med specialintressen har ofta också högre betalningsvilja, varför dessa grupper kunde vara särskilt intressanta.

De flesta som bor nära Kilsbergen har någon gång besökt området. Det finns ingen tydlig grupp som inte besöker området. Något fler av de som är aktiva i friluftsliv- eller miljöföreningar åker dock oftare till Kilsbergen/Ånnaboda än allmänheten. Främst fungerar Kilsbergen/Ånnaboda som ett utflyktsområde och varje besök varar flera timmar, de flesta åker dit med sällskap, de kommer med bil och bor cirka 20 km därifrån. Anledningarna varför området besöks är lika diversifierade som vilka aktiviteter som utförs.

För att locka nya besökare bör man satsa på aktiviteter och informera om dessa. Vill man däremot att de som besöker Kilsbergen/Ånnaboda kommer oftare, bör istället mer konkreta åtgärder vidtas som att förbättra promenadslingor, kartor och rastplatser. För att få ut fler besökare till ett område som Kilsbergen/Ånnaboda bör också transportmöjligheterna ses över. De informationsmedier som efterfrågas av allmänheten är i första hand annonser i lokaltidningar samt anslagstavlor och skyltning i området.

Det är svårt att vara allmänheten till lags om man dessutom vill få en inkomst av besöksnäringen. En avgift på några tiar är vad som skulle kunna accepteras av dem som svarat på enkäten. Samtidigt kan det vara kostsamt att administrera sådana små avgifter. Däremot kan en stor goodwill gentemot allmänheten byggas upp och målet angående att göra naturupplevelser mer tillgängliga uppfyllas. För ett statligt ägt företag som Sveaskog, bör samhällsekonomiska värden också vägas in jämte de företagsekonomiska. Genom att gynna friluftsliv på sina marker (till exempel anpassad skötsel) kan folkhälsan förbättras på många sätt. Om fler tar sig ut i skogen är det fler som håller sig friska. Friluftsliv har vistats både förebygga och bota sjukdomar och ohälsa (Kulturdepartementet, 1999).

Avslutningsvis kan man genom att ta hänsyn till rekreationen i planeringen av skötselåtgärder i skogen, kan man med stor sannolikhet få befintliga besökare att återkomma, men det är inte tillräckligt för att attrahera nya besökare. I korta drag ska skogen ha begränsat med död ved, lite avverkningsrester, skogen ska vara äldre, samma mängd lövträd som idag, helst små kalhyggen. Med andra ord liknar skötseln mer kommersiellt skogsbruk än skog som är

lämnad för fri utveckling i naturvårdande syften. Att tro att friluftslivet gynnas av att sköta en skog för att gynna mångfalden är ett misstag som ofta görs (Hörnsten 2000).

REFERENSER

Publicerade referenser

Axelsson-Lindgren, C. 1990. *Upplevda skillnader mellan skogsbestånd- rekreation och planeringsaspekter*. Stad och land 87. Sveriges Lantbruksuniversitet. Alnarp.

Axelsson-Lindgren, C. 1991. Visst ser man skogen för bara trä'n. *Skog och Forskning* nr 1. Sid 20-24.

Bluman, A. 1998. *Elementary Statistics A Step by Step Approach*. WCB McGraw-Hill

Engelbrekt, E. 2001. *Rekreation i I2 –skogen: förändringar i allmänhetens nyttjande och attityder efter regementets nedläggning*. Examensarbeten nr 22. Institutionen för skogshushållning. Sveriges Lantbruksuniversitet. Uppsala.

Hultman, S-G. 1983a. *Allmänhetens bedömning av skogsmiljöers lämplighet för friluftsliv* 2. SLU avdelningen för landskapsvård. Rapport 28.

Hultman, S-G. 1983b. *Skogsbruk och friluftsliv I Sverige*. Mångbruk i Skogen, Symposium i Tallin, Estland 1983. Naturvårdsverket Rapport.

Hultman, S-G. 1986. *Skogen som rekreationsskälla*. Turism och Naturvård. Skrifter rörande Uppsala Universitetet. Organisation och historia (53).

Hörnsten, L. 2000. *Outdoor Recreation in Swedish Forests- Implications for Society and Forestry*. Acta Universitatis Agriculturae Suecicae silvestria 169. Uppsala.

Hörnsten, L. 2001. *För vem planerar vi?* Plan nr 5-6.

Johansson, P-O., Kriström, B. och Mattsson, L. (1995) Economic value of non-timber forest goods and services. *Multiple-use forestry in the Nordic countries*, ed. by Hytönen. The Finish Forest Research Institute. Vantaa. pp 344-356.

Kardell, L. 1985a. *Recreation Forest- A New Silviculture Concept?* Ambio. Nr 3

Kardell, L. 1985b. Växjöbornas friluftsliv. Rapport 32. Avdelningen för Landskapsvård. Sveriges Lantbruksuniversitet.

Koch, N E. 1978. *Skovens friluftsfunktion i Danmark*. Det Forstlige forsogsvaesen i Danmark. Nr 294. pp 285-451.

Kriström, M., 1990. *Valuing Environmental Benefits Using the Contingent Valuation Method*. Umeå Economic studies No. 219.

Kulturdepartementet, 2000. Statens stöd till friluftsliv och främjandeorganisationer, *Ds 1999:78*. Regeringskansliet: Stockholm.

Lindhagen, A. 1996. *Forest Recreation in Sweden. Four Case Studies Using Quantitative and Qualitative methods*. Rapport 64. Institutionen för skoglig landskapsvård. Sveriges Lantbruksuniversitet.

Manning, E. 1999. *Studies in Outdoor Recreation*. Oregon State University Press. Corvallis, USA.

Mattson, L. och Li, C-Z. 1991. *Hur bör skogen användas?* Skog & Forskning. Nr 1.

Mattson, L. och Li, C-Z. 1992. *Measuring the Non-Timber Value of Northern Swedish Forests*. Arbetsrapport 147. SLU Institutionen för Skogsekonomi. Umeå.

Mattson, L. och Li, C-Z. 1992 (b). *Variations between Response and Non-Response Categories in a Mail Contingent Valuation Survey*. Arbetsrapport 149. SLU Institutionen för Skogsekonomi. Umeå.

Mattson, L. och Li, C-Z. 1993. *The non-Timber Value of Northern Swedish Forests*. Scandinavian Journal of Forest Research, Vol 8. pp 426-434

Rosengren, K-E. och Arvidsson, P. 1997. *Sociologisk Metodik*. Fjärde upplagan. Liber AB. Stockholm

SCB 1987 *Rapport 56*

Scheaffer R.et. al. 1990. *Elementary survey sampling*. Fourth edition. Duxbury. Belmont, California.

Skogsvårdsstyrelsen. 1991. *Rapport Nr 1*.

Trost, J. 2001. *Enkätboken*. 2:a upplagan. Studentlitteratur. Lund

Uddenberg, N. 1995. *Det stora sammanhanget- Moderna svenskers syn på människans plats i naturen*. Bokförlaget Nya Doxa. Nora.

Wallsten, P. 1988. *Recreation i Rogen- tillämpning av en planeringsmetod för friluftsliv*. Kommit-rapport 1988:2. Universitetet i Trondheim.

Wallsten, P. 1985. *Fritidsnatur- var och hur? Modeller och begrepp för friluftslivets planering*. Rapport 34. Avdelningen för Landskapsvård. Sveriges Lantbruksuniversitet. Uppsala.

Wibe, S. 1994. *Non Wood Benefits in Forestry- Survey of valuation studies*. Arbetsrapport 1994. SLU Institutionen för Skogsekonomi. Umeå.

Opublicerade referenser

Muntlig kommunikation:

Lindhagen, Anders. Forskare på Skogens Produkter och Marknader, SLU. 018-67 38 40

Karlsson, Bo-Göran. Områdsansvarig för Jakt, Fiske och Naturupplevelser på Sveaskog 0923-787 03 eller 070-683 26 67

Von Bennigsien Lena, Fritid Kilsbergen. 019-295500

Internetreferenser:

Fritid Kilsbergen (2002-07-15)

<http://www2.orebro.se/kilsbergen/>

Statistiska Centralbyrån (2003-02-10)

<http://www.scb.se>

Nr:.....

Frågeformulär:

Besöksstudie i Kilsbergen/Ånnaboda

Dagens datum:

År — Mån Dag

1. Ange kön

Man ☐

Kvinna ☐

2. Ange födelseår

19

3. Hur långt är det från bostaden till Kilsbergen/Ånnaboda? Cakm

4. Är du med i någon förening som sysslar med naturskydd, friluftsliv, miljövård etc. ?

☐ Ja

☐ Nej

Vilken i så fall

5. Har du varit i Kilsbergen/Ånnaboda?

☐ Ja, Gå till fråga 7

☐ Nej, Besvara fråga nr 6,
och gå sedan till fråga 17

6. Vilka är de huvudsakliga anledningarna till att du aldrig besökt Kilsbergen/Ånnaboda?
(Har du varit där, hoppa över denna fråga.)

☐ Har för lite information om området

☐ Ägnar mig inte åt friluftsliv i några former

☐ Det är svårt att ta sig dit

☐ Det tror inte det finns något som tilltalar mig där

☐ Jag tror att det är för mycket folk där

☐ Tidsbrist

☐ Annan anledning.....

7. Hur ofta besöker du Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Flera gånger i veckan
- ☐ Ungefär en gång i veckan
- ☐ Några gånger i månaden
- ☐ Någon gång per år
- ☐ Mer sällan

8. När var du där senast?

År Mån Dag

9. Var du ute tillsammans med någon vid det senaste besöket i Kilsbergen/Ånnaboda?

☐ Jag var själv Jag var ute tillsammans med:

- ☐ min familj
- ☐ annan släkt
- ☐ vänner

Hur många var ni? st

10. Hur länge varade ditt senaste besök i Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ upp till 30 minuter
- ☐ 30 minuter till en timme
- ☐ en timme till två timmar
- ☐ två timmar till fyra timmar
- ☐ fyra timmar till en hel dag
- ☐ mer än en dag, inklusive övernattnings

11. Vilket färdssätt använde du vid det senaste besöket för att ta dig till området?

- ☐ Bil
- ☐ Buss
- ☐ Cykel
- ☐ Till fots
- ☐ Annat:

12. Vilken eller vilka aktiviteter utövade du vid dit senaste besök i Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Promenad/Vandring
- ☐ Joggning
- ☐ Cykling
- ☐ Bad
- ☐ Bärplockning
- ☐ Svampplockning
- ☐ Naturstudier
- ☐ Skidåkning
- ☐ Jakt
- ☐ Fiske
- ☐ Hund-aktiviteter
- ☐ Picknick
- ☐ Annat alternativ:

13. Hur viktiga är följande egenskaper av Kilsbergen/Ånnaboda som friluftsområde för dig?

| | Viktigt | Ganska viktigt | Oviktigt |
|------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Områdets avstånd till bostaden | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Områdets karaktär (typ av natur) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Områdets utrustningar (motionsspår etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Områdets aktiviteter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tillgång till information över området | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Annat:..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

14. Hur viktiga är följande syften med en utflykt till Kilsbergen/Ånnaboda för dig?

| | Viktigt | | | | Inte alls viktigt |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Lugn och ro, avkoppling | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Uppleva naturen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Utföra enskilda aktiviteter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Delta i föreningsaktiviteter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

15. Vilken eller vilka aktiviteter utövar du i Kilsbergen/Ånnaboda?

| | Mer än 20 gångar per år | 5-19 gånger per år | 1-5 gånger per år | Aldrig |
|-------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Promenad/Vandring | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jogging | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cykling | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bärplockning | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| svampplockning | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Naturstudier | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Skidåkning | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jakt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fiske | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hund-aktiviteter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Picnic | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Annat..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

16. Hur får du information om Kilsbergen/Ånnaboda som friluftsområde?

| | Ofta | Ibland | Aldrig |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Genom att besöka området | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Genom vänner och bekanta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Genom en förening | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Från barnens skola | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Från Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Från broschyrer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andra källor:..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

17. Hur **vill du få** information om Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Anslagstavlor och skyltning i området
- ☐ Naturguide i området
- ☐ Från Internet
- ☐ Från broschyrer
- ☐ Direktreklam i brevlådan
- ☐ Annonser i lokaltidningar
- ☐ Andra källor:

18. Vilka av följande åtgärder skulle få dig att vara mer i Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Bättre kartmaterial
- ☐ Fler spår och vandringsleder
- ☐ Fler rastplatser och vindskydd
- ☐ Grundläggande kurser om vår natur för oss som inte är så vana
- ☐ Tillgång till ”naturguide”
- ☐ Bättre bussförbindelser från Örebro
- ☐ Bättre information om aktiviteter
- ☐ Information om bärställen
- ☐ Information om svampställen
- ☐ Bättre parkeringsmöjligheter
- ☐ Hundfria zoner
- ☐ Hundrastplatser
- ☐ En natur mer anpassad för friluftsliv
- ☐ Något eget förslag:
- ☐ Inget av ovanstående förslag skulle påverka antalet besök

Att erbjuda friluftsmöjligheter för allmänheten är något som kostar pengar. Dels är det kostsamt att tillhandahålla anläggningar som skidspår, omklädningsrum, papperskorgar m.m. Kostnaderna för att bedriva skogsbruk ökar också när man anpassar skogen för friluftsliv. Därför måste de nämnda förlusterna kompenseras på något sätt för att man ska kunna fortsätta tillhandahålla och förbättra rekreativsmöjligheter för allmänheten. Dessa kostnader kan betalas via exempelvis inträdesavgifter, parkeringsavgifter, höjd kommunalskatt etc.

19. Hur mycket skulle du kunna tänka dig betala per dagsbesök i Kilsbergen/Ånnaboda för **att ha kvar den standard** som finns i Kilsbergen/Ånnaboda idag.

- ☐ 0 kr
- ☐ 10kr
- ☐ 20kr
- ☐ 30kr
- ☐ 50kr
- ☐ 100kr
- ☐ 200kr eller mer

När man sköter skogen kan den anpassas till friluftaktiviteter. Exempel på sådan hänsyn kan vara att man lämnar gammal granskog så att det alltid finns blåbärsställen, eller hugger upp gläntor för att gynna hallonbuskar. För skidåkaren kanske en tät granskog som ger lå för vinden är att föredra. En annan fråga man måste ta ställning till är mängden avverkningsrester, dessa för tillbaka näring till marken, men avverkningsrester gör det även svårare att ta sig fram i skogen en tid efter avverkningen.

20. Hur skulle du vilja att det nuvarande skogstillståndet i Kilsbergen/Ånnaboda ändrades i hänsyn till följande faktorer:

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------|
| Stående döda träd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Liggande döda träd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Andelen äldre skog | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Tätheten | <input type="checkbox"/> Tätare | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Glesare |
| Andelen lövträd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Mängden avverkningsrester, t ex grenar och toppar från fällda träd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Antalet och storleken på kalhyggen/luckor | <input type="checkbox"/> Fler och mindre | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Färre och större |

21. Är det något du önskar tillägga som vi inte tagit upp i enkätformuläret?

.....

.....

.....

.....

.....

Tack än en gång för hjälpen!

Nr:.....

Frågeformulär:

Besöksstudie i Kilsbergen/Ånnaboda

1. Ange kön

Man ☐

Kvinna ☐

2. Ange födelseår

19

3. Hur långt är det från din bostad till Kilsbergen/Ånnaboda? ca:km

4. Är du med i någon förening som sysslar med naturskydd, friluftsliv, miljövård etc?

Ja ☐

Nej ☐

Vilken i så fall

Vi ber dig att svara på frågorna 5-9 med hänvisning till ditt besök i Kilsbergen/Ånnaboda den **5 januari 2003** då din adress till denna enkät samlades in.

5. Hur länge varade ditt besök i Kilsbergen/Ånnaboda?

☐ upp till 30 minuter

☐ 30 minuter till en timme

☐ en timme till två timmar

☐ två timmar till fyra timmar

☐ fyra timmar till en hel dag

☐ mer än en dag, inklusive övernattnig

6. Var du ute tillsammans med någon vid det ovan nämnda besök i Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Jag var själv Jag var ute tillsammans med:
- ☐ min familj
- ☐ annan släkt
- ☐ vänner

Hur många var ni? st

7. Vilket färdssätt använde du vid ovan nämnda besök för att ta dig till området?

- ☐ Bil
- ☐ Buss
- ☐ Cykel
- ☐ Till fots
- ☐ Annat:

8. Vilken eller vilka aktiviteter utövade du vid det ovan nämnda besök i Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Promenad/Vandring
- ☐ Joggning
- ☐ Cykling
- ☐ Bad
- ☐ Bärplockning
- ☐ Svampplockning
- ☐ Naturstudier
- ☐ Skidåkning
- ☐ Jakt
- ☐ Fiske
- ☐ Hund-aktiviteter
- ☐ Picnic
- ☐ Besök av kulturhistorisk plats
- ☐ Annat alternativ:

9. När var ditt senaste besök i Kilsbergen/Ånnaboda före det ovan nämnda?

År Mån Dag

10. När var du i Kilsbergen/Ånnaboda för första gången?

År Mån Dag

11. Hur ofta besöker du Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Flera gånger i veckan
- ☐ Ungefär en gång i veckan
- ☐ Några gånger i månaden
- ☐ Någon gång per år
- ☐ Mer sällan

12. Hur får du information om Kilsbergen/Ånnaboda som friluftsområde?

| | Ofta | Ibland | Aldrig |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Genom att besöka området | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Genom vänner och bekanta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Genom en förening | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Från barnens skola | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Från Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Från broschyrer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andra källor:..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

13. Hur vill du få information om Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Anslagstavlor och skyltning i området
- ☐ Naturguide i området
- ☐ Från Internet
- ☐ Från broschyrer
- ☐ Direktreklam i brevlådan
- ☐ Annonser i lokaltidningar
- ☐ Andra källor:

14. Hur viktiga är följande egenskaper av friluftsområdet i Kilsbergen/Ånnaboda för dig?

| | Viktigt | Ganska viktigt | Oviktigt |
|-------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Områdets avstånd till bostaden | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Områdets karaktär (typ av natur) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Områdets utrustningar, (motionsspår etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Organiserade aktiviteter i området | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tillgång till information över området | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Annat: | | | |

15. Hur viktiga är följande syften med en utflykt till Kilsbergen/Ånnaboda för dig?

| | Viktigt | | | | Inte alls viktigt |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Lugn och ro, avkoppling | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Uppleva naturen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Utföra enskilda aktiviteter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Delta i föreningsaktiviteter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

16. Hur ofta utövar du följande aktiviteter i Kilsbergen/Ånnaboda?

| | Mer än 20 gångar per år | 5-19 gånger per år | 1-5 gånger per år | Aldrig |
|--------------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Promenad/Vandring | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Joggning | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cykling | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bärplockning | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Svampplockning | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Naturstudier | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Skidåkning | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jakt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fiske | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hund-aktiviteter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Picnic | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Besök av kulturhistorisk plats | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Annat..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

17. Vilka av följande åtgärder skulle få dig att vara mer i Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ Bättre kartmaterial
 - ☐ Fler spår och vandringsleder
 - ☐ Fler rastplatser och vindskydd
 - ☐ Grundläggande kurser om vår natur för oss som inte är så vana
 - ☐ Tillgång till ”naturguide”
 - ☐ Bättre bussförbindelser från Örebro
 - ☐ Bättre information om aktiviteter
 - ☐ Information om bärställen
 - ☐ Information om svampställen
 - ☐ Bättre parkeringsmöjligheter
 - ☐ Hundfria zoner
 - ☐ Hundrastplatser
 - ☐ En natur mer anpassad för friluftsliv
 - ☐ Något eget förslag:
- ☐ Inget av ovanstående förslag skulle påverka antalet besök

Att erbjuda friluftsmöjligheter för allmänheten är något som kostar pengar. Dels är det kostsamt att tillhandahålla anläggningar som skidspår, omklädningsrum, papperskorgar m.m. Kostnaderna för att bedriva skogsbruk ökar också när man anpassar skogen för friluftsliv. Därför måste de nämnda förlusterna kompenseras på något sätt för att man ska kunna fortsätta tillhandahålla och förbättra rekreativsmöjligheter för allmänheten. Dessa kostnader kan betalas via exempelvis inträdesavgifter, parkeringsavgifter, höjd kommunalskatt etc.

18. Hur mycket skulle du kunna tänka dig betala per dagsbesök i Kilsbergen/Ånnaboda för **förbättringar** i Kilsbergen/Ånnaboda?

- ☐ 0 kr
- ☐ 10kr
- ☐ 20kr
- ☐ 30kr
- ☐ 50kr
- ☐ 100kr
- ☐ 200kr eller mer

19. Om du angett mer än 0kr, vilka förbättringar/nya tjänster i Kilsbergen/Ånnaboda skulle du kunna tänka dig att betala för?

- ☐ Bättre kartmaterial
- ☐ Fler spår och vandringsleder
- ☐ Fler rastplatser och vindskydd
- ☐ Grundläggande kurser om vår natur för oss som inte är så vana
- ☐ Tillgång till ”naturguide”
- ☐ Bättre bussförbindelser från Örebro
- ☐ Bättre information om aktiviteter
- ☐ En mer anpassad natur för friluftsliv
- ☐ Bättre möjligheter för övernattningar
- ☐ Något eget förslag:

När man sköter skogen kan den anpassas till friluftaktiviteter. Exempel på sådan hänsyn kan vara att man lämnar gammal granskog så att det alltid finns blåbärsställen, eller hugger upp gläntor för att gynna hallonbuskar. För skidåkaren kanske en tät granskog som ger lä för vinden är att föredra. En annan fråga man måste ta ställning till är mängden avverkningsrester, dessa för tillbaka näring till marken, men avverkningsrester gör det även svårare att ta sig fram i skogen en tid efter avverkningen.

20. Hur skulle du vilja att det nuvarande skogstillståndet i Kilsbergen/Ånnaboda ändrades hänsyn till följande faktorer:

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------|
| Stående döda träd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Liggande döda träd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Andel äldre skog | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Täthet | <input type="checkbox"/> Tätare | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Glesare |
| Andel lövträd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Mängden avverkningsrester, t ex grenar och toppar från fällda träd | <input type="checkbox"/> Mer | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Mindre |
| Antalet och storleken på kalhyggen/luckor | <input type="checkbox"/> Fler och mindre | <input type="checkbox"/> Lika | <input type="checkbox"/> Färre och större |

21. Är det något du önskar tillägga som vi inte tagit upp i enkätformuläret?

.....

.....

.....

.....

.....

Tack än en gång för hjälpen!



Institutionen för skog, marknad och produkt
Johanna Fransila



Till dig som bor i Örebro och dess närhet

Sveaskog har i sin nya policy bestämt sig för att satsa mer på alternativa värden av skogen, bland annat friluftsliv. För att planeringen av nya liknande områden ska kunna anpassas till besökarnas intresse, görs en besöksstudie över Kilsbergen/Ännaboda. Även om Du aldrig varit i detta område är det till stor hjälp för oss om du svarar på så många frågor som möjligt, eftersom enkäten även behandlar allmänna friluftsintressen. Ditt svar kommer vara en viktig del av denna studie som utförs som ett examensarbete på Skogsvetarprogrammet vid SLU (Sveriges Lantbruksuniversitet). Ditt namn har slumpats fram bland folkbokförda privatpersoner i Örebro och dess omgivning från folkbokföringsregistret DAFA/SPAR. *Uppgifterna behandlas givetvis konfidentiellt, inga svar kommer att kunna knytas till dig och alla adressuppgifter förstörs så fort vi fått ditt svar.*

Vi ber Dig att svara på frågorna så fort som möjligt och skicka in svaren i det bifogade kuvertet som inte behöver frankeras.

Tack på förhand för din medverkan!
Med vänliga hälsningar

Johanna Fransila
Skogsvetarstudent

Anders Lindhagen
Forskare

Om Du har några frågor angående denna studie är Du mycket välkommen att kontakta Johanna Fransila på telefonnummer 073-5828296, eller via e-post w8johfra@ulmo.stud.slu.se



Institutionen för skog, marknad och produkt
Johanna Fransila



Till besökare i Ånnaboda/Kilsbergen

Sveaskog har i sin nya policy bestämt sig för att satsa mer på alternativa värden av skogen, bland annat friluftsliv. För att planeringen av nya liknande områden ska kunna anpassas till besökarnas intresse, görs en besöksstudie i friluftsområdet Kilsbergen/Ånnaboda. Vid ett besök i Ånnaboda lämnade Du ut din adress för att delta i denna besöksstudie. Här kommer nu en postenkät som behandlar friluftslivet i Kilsbergen. Ditt svar kommer vara en viktig del av denna studie som utförs som ett examensarbete på Skogsvetarprogrammet vid SLU (Sveriges Lantbruksuniversitet).

Uppgifterna behandlas givetvis konfidentiellt, inga svar kommer att kunna knytas till dig och alla adressuppgifter förstörs så fort vi fått ditt svar.

Vi ber Dig att svara på frågorna så fort som möjligt och skicka in svaren i det bifogade kuvertet som inte behöver frankeras.

Tack på förhand för din medverkan!
Med vänliga hälsningar

Johanna Fransila
Skogsvetarstudent

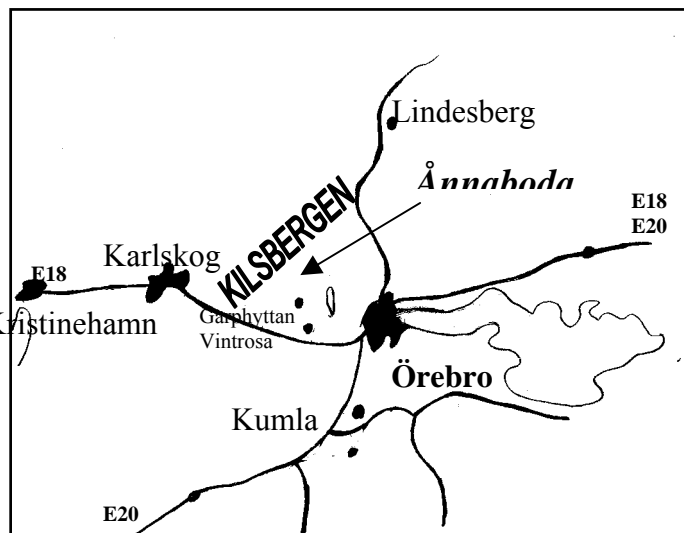
Anders Lindhagen
Forskare

Om Du har några frågor angående denna studie är Du mycket välkommen att kontakta Johanna Fransila på telefonnummer 073-5828296, eller via e-post w8johfra@ulmo.stud.slu.se

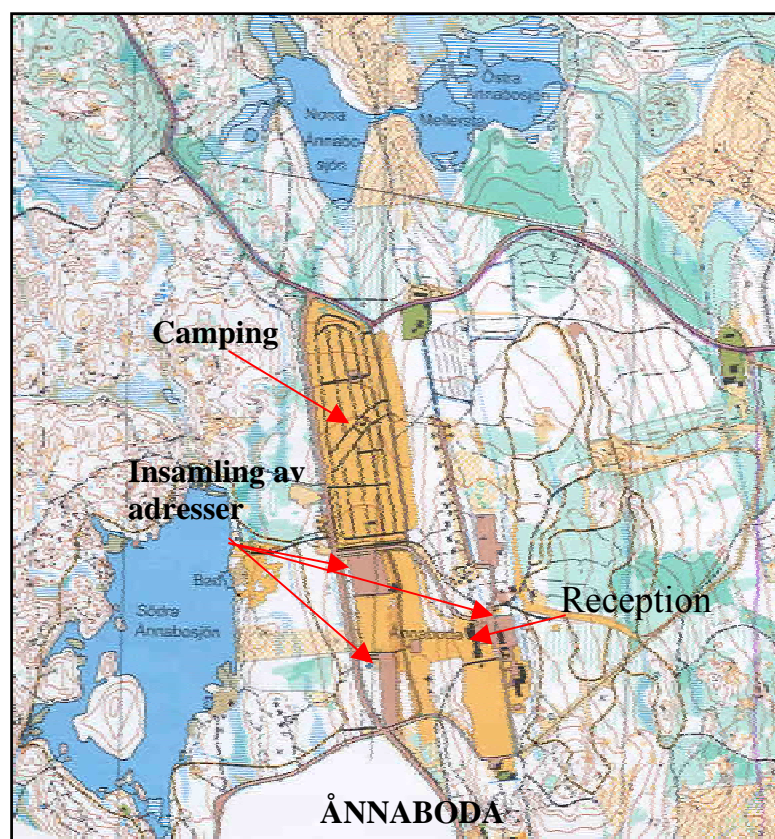
KILSBERGEN



Karta: Johanna Fransila



Karta: Johanna Fransila



Karta: Hagaby GoIF
T 435 ÖREBRO LÄN

Bilaga 6

| 1. Kön | Besökare | | Örebrobor | |
|------------|----------|-----|-----------|-----|
| Man | 229st | 56% | 149st | 47% |
| Kvinna | 183st | 44% | 168st | 53% |
| Antal svar | 412st | | 317st | |

| 2. Födelseår | Besökare | Örebrobor |
|-------------------|----------|-----------|
| Medel | 1958 | 1958 |
| Median | 1960 | 1958 |
| standardavvikelse | 14.733 | 15.61 |
| Anta svar | 412 st | 315st |

| 3. Avstånd | Besökare | Örebrobor |
|-------------------|----------|-----------|
| Medel | 49km | 22km |
| Median | 25km | 20km |
| Standardavvikelse | 88.222 | 20.75 |
| Antal svar | 410st | 297st |

| 4. Med i förening | Besökare | | Örebrobor | |
|-------------------|----------|-----|-----------|-----|
| Ja | 115st | 28% | 41st | 13% |
| Nej | 282st | 72% | 274st | 87% |
| Antal svar | 407st | | 315st | |

| 4.Vilka föreningar | Besökare | Örebrobor |
|-----------------------------|----------|-----------|
| Idrottsklubb | 26 | 5 |
| STF | 23 | 6 |
| Skid- och vandringsförening | 13 | |
| Brukshundklubb | 12 | |
| Friluftsrämjandet | 11 | 3 |
| SNF | 11 | 6 |
| Jakt- eller fiskeförening | 7 | 2 |
| KFUM/scout | 6 | 2 |
| Caravan club | 5 | 2 |
| WWF | 4 | 4 |
| Ornitologisk förening | 3 | 3 |
| Hopajola, | 2 | |
| Kilsbergsfrämjandet | 2 | |
| Hembygdsföreningen | 1 | |
| Hälsofrämjandet | 1 | |
| Frisksportrörelsen | 1 | |
| Djurskyddet | 1 | |
| Öss | 1 | |
| Greenpeace | | 2 |
| Långfärsskridskoklubb | | 2 |
| Nordens ark | | 2 |

| 5. Hur långt besök | Besökare | | Örebrobor | |
|---------------------------|-----------------|-----|------------------|-----|
| < 30 min | 3st | 1% | 4st | 1% |
| 30min- 60min | 21 st | 5% | 21st | 7% |
| 1h- 2h | 100st | 24% | 81st | 28% |
| 2h- 4h | 150st | 36% | 102st | 35% |
| 4h- heldag | 67st | 13% | 67st | 23% |
| > heldag | 71st | 17% | 15st | 5% |
| Medel | 313min | | 225min | |
| Median | 180min | | 180min | |

| 6. Hur stort sällskap | Besökare | | Örebrobor | |
|------------------------------|-----------------|-----|------------------|-----|
| Själv | 28st | 6% | 18st | 6% |
| Med familj | 260st | 64% | 154st | 54% |
| Annan släkt | 32st | 8% | 16st | 6% |
| Vänner | 151st | 37% | 122st | 43% |
| Medelvärde av antal | 5.5st | | 7.1st | |
| Median av antal | 3st | | 4st | |
| Standardavvikelse | 9.69 | | 16.35 | |
| Antal svar | 405st | | 286st | |

| 7. Färdmedel | Besökare | | Örebrobor | |
|---------------------|-----------------|-------|------------------|-----|
| Bil | 396st | 98% | 263st | 91% |
| Buss | 5st | 1% | 21st | 7% |
| Cykel | 0st | 0% | 2st | 1% |
| Till fots | 1st | 0.20% | 2st | 1% |
| Annat | 2st | 0.50% | 3st | 1% |
| Antal svar | 404st | | 289st | |

| 8. Aktivitet vid senaste besök | Besökare | | Örebrobor | |
|---------------------------------------|-----------------|-----|------------------|-------|
| Promenad/vandring | 195st | 47% | 164st | 52% |
| Joggning | 4st | 1% | 9st | 3% |
| Cykling | 3st | 1% | 5st | 2% |
| Bad | 106st | 26% | 51st | 16% |
| Bärplockning | 7st | 2% | 11st | 4% |
| Svampplockning | 3st | 1% | 13st | 4% |
| Naturstudier | 16st | 4% | 19st | 6% |
| Skidåkning | 85st | 21% | 35st | 11% |
| Jakt | 0st | 0% | 1st | 1.30% |
| Fiske | 13st | 3% | 12st | 4% |
| Hundaktiviteter | 39st | 9% | 10st | 3% |
| Picknick | 64st | 16% | 51st | 16% |
| Besök av historisk plats | 5st | 1% | 5st | 2% |
| Annat | 70st | 17% | 11st | 4% |

| Egna alternativ: | Besökare | Örebrobor |
|-------------------------|-----------------|------------------|
| Pulkaåkning | 30st | 11st |
| Restaurangbesök | 10st | 5st |
| Basta | 5st | |
| Grillning | 5st | 5st |
| Camping | 4st | 2st |
| Snowboard | 4st | |
| Sola | 3st | 1st |
| Rullskidåkning | 2st | |
| Äventyrsbana | 2st | 4st |
| Kurs/konferens | 2st | 3st |
| Fotografering | 2st | 1st |
| Mullespåret | 1st | 1st |
| Arbete i skogen | 1st | 1st |
| Museum | 1st | |
| Orientering | 1st | 1st |
| Skridskoåkning | | 4st |
| Mässa | | 4st |
| Fågelskådning | | 2st |
| Besök i sommarstuga | | 1st |
| Teater | | 1st |
| Lekar | | 1st |

| 9. Senaste besöket | Besökare | Örebrobor |
|---------------------------|-----------------|------------------|
| Medel | 387dagar | 269 dagar |
| Median | 27dagar | 133 dagar |
| Standardavvikelse | 2235.6389 | 2155.824287 |
| Antal svar | 374st | 271st |

| 10. Första besöket | Besökare |
|---------------------------|-----------------|
| Medel | 1978-01-06 |
| Median | 1977-12-22 |
| Standardavvikelse | 6761 |
| Antal svar | 355 |

| 11. Frekvens av besök | Besökare | | Örebrobor | |
|------------------------------|-----------------|-----|------------------|-----|
| Flera ggr i veckan | 35st | 9% | 5st | 2% |
| Ca 1 gång i veckan | 30st | 7% | 6st | 2% |
| Några ggr i månaden | 109st | 27% | 33st | 1% |
| Någon gång per år | 184st | 46% | 172st | 60% |
| Mer sällan | 46st | 11% | 73st | 25% |
| Antal svar | 404st | | 289st | |

| 12. Hur fås information | Ofta | | Ibland | | Aldrig | | Totalt |
|---------------------------------|------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| Genom att besöka området | | | | | | | |
| Besökare | 110 | 30% | 240 | 66% | 15 | 4% | 365 |
| Örebrobor | 54 | 20% | 176 | 66% | 35 | 13% | 265 |
| Genom vänner och bekanta | | | | | | | |
| Besökare | 48 | 16% | 221 | 72% | 39 | 13% | 308 |
| Örebrobor | 26 | 11% | 175 | 71% | 45 | 45% | 246 |
| Genom en förening | | | | | | | |
| Besökare | 27 | 11% | 64 | 26% | 157 | 63% | 248 |
| Örebrobor | 5 | 2% | 35 | 15% | 192 | 83% | 232 |
| Från barnens skola | | | | | | | |
| Besökare | 2 | 1% | 27 | 12% | 194 | 87% | 223 |
| Örebrobor | 4 | 2% | 34 | 15% | 195 | 84% | 233 |
| Från Internet | | | | | | | |
| Besökare | 23 | 9% | 84 | 33% | 148 | 58% | 255 |
| Örebrobor | 9 | 4% | 50 | 22% | 173 | 75% | 232 |
| Från broschyrer | | | | | | | |
| Besökare | 17 | 7% | 163 | 62% | 83 | 32% | 263 |
| Örebrobor | 11 | 5% | 133 | 55% | 97 | 40% | 241 |
| Andra källor* | | | | | | | |
| Besökare | 15 | 14% | 47 | 42% | 49 | 44% | 111 |
| Örebrobor | 4 | 6% | 27 | 38% | 40 | 56% | 71 |

| *Andra källor | Besökare | Örebrobo |
|--------------------|----------|----------|
| Tidningar | 40st | 22st |
| Telefon | 8st | 4st |
| Radio | 2st | |
| Caravan club | 1st | |
| Arbetet | 1st | |
| Media | 1st | |
| Gymnasieutbildning | 1st | |
| Text-TV | 1st | 1st |
| Turistbyrå | | 3st |
| Kartor | | 1st |

| 13. Hur vill man få information | Besökare | | Örebrobor | | |
|---------------------------------|----------|-----|-----------|-----|--|
| Anslagstavor/skyltning | 239st | 58% | 146st | 46% | |
| Naturguide | 75st | 18% | 60st | 19% | |
| Internet | 157st | 38% | 86st | 27% | |
| Broschyrer | 103st | 25% | 100st | 31% | |
| Direktreklam | 106st | 26% | 93st | 29% | |
| Annonser | 241st | 59% | 93st | 29% | |
| Annat** | 127st | 31% | 124st | 4% | |

| | | | |
|------------------|-----------------|------------------|--|
| **Annat | Besökare | Örebrobor | |
| Telefon | 5st | 3st | |
| Tidningsartiklar | 2st | | |
| Förening | 4st | | |
| TV | 1st | 2st | |
| Vill ej ha info | | 3st | |
| Vara där | | 1st | |

| 14. Vikten av följande egenskaper | Viktigt | | Ganska viktigt | | Oviktigt | | Totalt |
|-------------------------------------------|---------|-----|----------------|-----|----------|-----|--------|
| Områdets avstånd till bostaden | | | | | | | |
| Besökare | 107 | 39% | 116 | 42% | 51 | 19% | 274 |
| Örebrobor | 155 | 41% | 175 | 47% | 46 | 12% | 376 |
| Områdets karaktär (typ av natur) | | | | | | | |
| Besökare | 253 | 69% | 102 | 28% | 13 | 4% | 368 |
| Örebrobor | 165 | 60% | 92 | 33% | 19 | 7% | 276 |
| Områdets utrustningar, (motionsspår etc.) | | | | | | | |
| Besökare | 186 | 51% | 153 | 42% | 29 | 8% | 368 |
| Örebrobor | 113 | 42% | 108 | 40% | 48 | 18% | 269 |
| Organiserade aktiviteter i området | | | | | | | |
| Besökare | 34 | 10% | 127 | 36% | 193 | 55% | 354 |
| Örebrobor | 57 | 21% | 117 | 44% | 92 | 35% | 266 |
| Tillgång till information över området | | | | | | | |
| Besökare | 40 | 12% | 177 | 54% | 112 | 34% | 329 |
| Örebrobor | 96 | 37% | 112 | 43% | 52 | 20% | 260 |
| Annat: | | | | | | | |
| Besökare | 0 | 0% | 5 | 83% | 1 | 17% | 6 |
| Örebrobor | 10 | 63% | 1 | 6% | 5 | 31% | 16 |

| 15 Vikten av följande syften | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------|-----|-----|-----|----|-----|----|-----|--------------|--------|-----|
| Lugn och ro | (viktigt) 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | (oviktigt) 1 | totalt | |
| Besökare | 224 | 58% | 106 | 28% | 36 | 9% | 13 | 3% | 7 | 2% | 386 |
| Örebrobor | 142 | 52% | 72 | 26% | 33 | 12% | 19 | 7% | 8 | 3% | 274 |
| Uppleva naturen | | | | | | | | | | | |
| Besökare | 230 | 59% | 105 | 27% | 44 | 11% | 7 | 2% | 3 | 1% | 389 |
| Örebrobor | 161 | 57% | 69 | 25% | 36 | 13% | 5 | 2% | 10 | 4% | 281 |
| Utföra enskilda aktiviteter | | | | | | | | | | | |
| Besökare | 144 | 39% | 103 | 28% | 74 | 20% | 33 | 9% | 16 | 4% | 370 |
| Örebrobor | 71 | 26% | 57 | 21% | 74 | 27% | 38 | 14% | 30 | 11% | 270 |
| Delta i föreningsaktiviteter | | | | | | | | | | | |
| Besökare | 38 | 11% | 28 | 8% | 41 | 12% | 70 | 0% | 175 | 50% | 352 |
| Örebrobor | 6 | 2% | 9 | 3% | 37 | 14% | 43 | 16% | 169 | 64% | 264 |

| 16. Vilka aktiviteter utövas | | | | | | |
|-----------------------------------------------|------------------|-------|-------------|--------|------------|-----|
| Promenad | Mer än 20 ggr/år | | 5-19 ggr/år | | 1-5 ggr/år | |
| Besökare | 54 | 13% | 81 | 20% | 204 | 18% |
| Örebrobor | 17 | 5% | 26 | 8% | 168 | 33% |
| Joggning | | | | | | |
| Besökare | 17 | 4% | 13 | 3% | 49 | 81% |
| Örebrobor | 4 | 1% | 7 | 2% | 17 | 91% |
| Cykling | | | | | | |
| Besökare | 8 | 2% | 19 | 5% | 37 | 85% |
| Örebrobor | 2 | 1% | 6 | 2% | 10 | 94% |
| Bad | | | | | | |
| Besökare | 30 | 7% | 65 | 16% | 164 | 37% |
| Örebrobor | 7 | 2% | 24 | 8% | 109 | 56% |
| Bär | | | | | | |
| Besökare | 2 | 0.50% | 14 | 3% | 113 | 69% |
| Örebrobor | 0 | 0.00% | 11 | 4% | 63 | 76% |
| Svampplockning | | | | | | |
| Besökare | 3 | 1% | 11 | 3% | 106 | 71% |
| Örebrobor | 2 | 1% | 13 | 4% | 66 | 74% |
| Naturstudier | | | | | | |
| Besökare | 5 | 1.00% | 14 | 3% | 85 | 75% |
| Örebrobor | 1 | 0% | 14 | 4% | 54 | 78% |
| Skidor | | | | | | |
| Besökare | 44 | 11% | 72 | 18.00% | 149 | 36% |
| Örebrobor | 7 | 2% | 26 | 8% | 97 | 59% |
| Jakt | | | | | | |
| Besökare | 1 | 0.20% | 3 | 0.70% | 1 | 99% |
| Örebrobor | 1 | 0.30% | 0 | 0% | 4 | 98% |
| Fiske | | | | | | |
| Besökare | 1 | 0.20% | 14 | 3% | 49 | 85% |
| Örebrobor | 2 | 1.00% | 6 | 2% | 30 | 88% |
| Hundaktiviteter | | | | | | |
| Besökare | 3 | 0.70% | 12 | 3% | 42 | 86% |
| Örebrobor | 2 | 1.00% | 2 | 1% | 16 | 93% |
| Picknick | | | | | | |
| Besökare | 12 | 3% | 55 | 13% | 169 | 43% |
| Örebrobor | 3 | 1% | 14 | 4% | 130 | 53% |
| Besök av historisk plats | | | | | | |
| Besökare | 5 | 1% | 8 | 2% | 92 | 75% |
| Annat | | | | | | |
| Besökare | 6 | 1% | 9 | 2% | 27 | 90% |
| Örebrobor | 2 | 1% | 1 | 0.30% | 26 | 91% |
| 17. Åtgärder för att främja fler besök | | | | | | |
| | Besökare | | Örebrobor | | | |
| Bättre kartmaterial | 57 | 14% | 37 | 12% | | |
| Fler spår och vandringsleder | 60 | 15% | 31 | 10% | | |
| Fler rastplatser och vindskydd | 64 | 16% | 30 | 9% | | |
| Grundläggande kurser | 15 | 4% | 20 | 6% | | |
| Tillgång till "naturguide" | 40 | 10% | 26 | 8% | | |

| | | | | |
|-----------------------------------|-----|-----|-----|-----|
| Bättre bussförbindelser | 41 | 10% | 58 | 18% |
| Bättre information om aktiviteter | 84 | 20% | 72 | 23% |
| Information om bärställen | 47 | 11% | 46 | 14% |
| Information om svampställen | 56 | 14% | 47 | 15% |
| Bättre parkeringsmöjligheter | 12 | 3% | 3 | 1% |
| Hundfria zoner | 15 | 4% | 7 | 2% |
| Hundrastplatser | 11 | 3% | 14 | 4% |
| En bättre anpassad natur | 23 | 6% | 23 | 7% |
| Något eget förslag*** | 47 | 11% | 36 | 11% |
| Inget | 163 | 40% | 111 | 35% |

***Egna förslag från Besökare

Ta bort buller från skjutbanan och minska buller från staden

Inte så mycket ljud från skjutfältet

Ändra gränsen till skjutfältet

Regulationer angående fiske och grillning vid badstrand

Mer semester

Lättare att lösa fiskekort

Hundbadplats

Bättre underhåll av konstsnöspåret

lättare terräng för barnvagn

Fler loopar på vandringslederna

Plogade vandringsleder på vintern

Tillgång till utedass vid vindskydd och rastplatser

Varm raststuga

Ta bort skjutfältet, vandringsleder i loop

Om det fanns totalt orörd skog

Trevligare personal

Bibelhålla standarden på skidspåren

Att skjutfälten läggs ner

Förnyade byggnationer, underhåll, spår osv

bor för långt bort

Info om badplatser

Bättre spårning av skidspår

***Egna förslag från Örebrobor

Bättre skidanläggning

Info om busstider + pris, info om rastplatsers läge och om eldstad finnes

Utställning av friluftsutrustning

Hundbadplats

Snöpreparerade skidspår

Skidspår för endast motionärer

Öppna skjutfältet varje dag

Endurobana

Gömsle för foto och fågelskådning

Fler aktiviteter

Vandringsled i loop

Mindre skjutning av Bofors

Väl synliga vägskyltar

Service i området

Låt folk upptäcka själva

Islandshästar

Mer tid

Större badplats

Mer utförsåkning

Fler äventyrsaktiviteter

Större strand
 Bastu i skogen
 Bilträffar
 Info i press
 Bättre fiskemiljö
 Lägg ner skjutfältet
 Bättre snowboard/skidbackar
 Ridstigar
 En bra krog
 Mer aktiviteter för barn
 Värmestuga vid sjön, yta på sjön reserverad för skridskoåkning

| 18. Betala för att ha kvar standarden | Besökare | | Örebrobor | |
|---------------------------------------|----------|-----|-----------|-----|
| 0kr | 79st | 49% | 92 | 48% |
| 10kr | 29st | 15% | 30 | 16% |
| 20kr | 51st | 26% | 41 | 21% |
| 30kr | 21st | 11% | 9 | 5% |
| 50kr | 15st | 8% | 18 | 9% |
| 100kr | 3st | 2% | 2 | 1% |
| 200kr och mer | 2st | 1% | 0 | 0% |
| Medel | 16.98kr | | 15.13kr | |
| Median | 10kr | | 0kr | |
| Standardavvikelse | 24.69 | | 28.96 | |
| Antal svar | 200st | | 145st | |

| 18. Betala för förbättringar | Besökare | | Örebrobor | |
|------------------------------|----------|-----|-----------|-------|
| 0 kr | 92st | 48% | 74 | 51% |
| 10 kr | 30st | 16% | 18 | 12% |
| 20 kr | 41st | 21% | 26 | 18% |
| 30 kr | 9st | 5% | 14 | 10% |
| 50 kr | 18st | 9% | 8 | 6% |
| 100 kr | 2st | 1% | 3 | 2% |
| 200 kr och mer | 0st | 0% | 2 | 1% |
| Medel | 13.11kr | | 15.31kr | |
| Median | 10kr | | 0kr | |
| Standardavvikelse | 22.75 | | | 28.96 |
| Antal svar | 192st | | | 145st |

| 19. Förbättringar att betala för | Besökare | | | Örebrobor | |
|----------------------------------|----------|-----|--|-----------|-----|
| Bättre kartmaterial | 30st | 30% | | 17st | 24% |
| Fler spår/vandringsleder | 22st | 22% | | 14st | 20% |
| Fler rastplatser/vindskydd | 28st | 28% | | 10st | 14% |
| Grundläggande naturkurser | 2st | 2% | | 6st | 8% |
| Naturguide | 16st | 16% | | 11st | 15% |
| Bättre bussförbindelse | 7st | 7% | | 13st | 18% |
| Bättre info om aktiviteter | 15st | 15% | | 21st | 30% |
| Bättre anpassad natur | 11st | 11% | | 7st | 10% |
| Bättre övernattningsmöjligheter | 11st | 11% | | 7st | 10% |
| Eget | 14st | 14% | | 0st | 0% |

| 20. Hur vill du att skogen sköts | | | | | | | |
|-------------------------------------------|-----|-----|------|-----|--------|-----|-------------------|
| Stående döda träd | Mer | | Lika | | Mindre | | Totalt antal svar |
| Besökare | 43 | 13% | 209 | 65% | 69 | 21% | 321 |
| Örebrobor | 47 | 21% | 116 | 52% | 60 | 27% | 223 |
| Liggande döda träd | | | | | | | |
| Besökare | 33 | 10% | 193 | 61% | 90 | 28% | 316 |
| Örebrobor | 34 | 15% | 107 | 48% | 81 | 36% | 222 |
| Andelen äldre skog | | | | | | | |
| Besökare | 114 | 36% | 196 | 62% | 7 | 2% | 317 |
| Örebrobor | 103 | 46% | 114 | 51% | 7 | 3% | 224 |
| Tätheten | | | | | | | |
| Besökare | 20 | 6% | 265 | 84% | 30 | 10% | 315 |
| Örebrobor | 26 | 12% | 163 | 74% | 32 | 14% | 221 |
| Andelen lövträd | | | | | | | |
| Besökare | 53 | 17% | 238 | 76% | 22 | 7% | 313 |
| Örebrobor | 39 | 18% | 161 | 75% | 16 | 7% | 216 |
| Mängden avverkningsrester | | | | | | | |
| Besökare | 25 | 8% | 176 | 56% | 114 | 36% | 315 |
| Örebrobor | 25 | 12% | 176 | 82% | 14 | 7% | 215 |
| Antalet och storleken på kalhyggen/luckor | | | | | | | |
| Besökare | 64 | 21% | 207 | 67% | 36 | 12% | 307 |
| Örebrobor | 13 | 6% | 109 | 50% | 94 | 44% | 216 |

| har du varit i Kilsbergen | Örebrobor | |
|---------------------------|-----------|-----|
| Ja | 291st | 92% |
| Nej | 27st | 9% |
| Antal svar | 318st | |

| Vilka är anledningar till uteslutet besök | Örebrobor |
|-------------------------------------------|-----------|
| För lite info | 8st 22% |
| Sysslar ej med friluftsliv | 6st 17% |
| Svårt att ta sig dit | 8st 22% |
| Finns inget som tilltalar | 0st 0% |
| För mycket folk | 0st 0% |
| Tidsbrist | 8st 22% |
| Annat | 6st 17% |

Andra anledningar:
 Bott för kort tid i Örebro
 Ej bil eller körkort
 Har inte blivit av
 Lat
 Gammal och sjuk

Slutkommentarer från Besökare:

För exploaterat för min smak.
 Bra med större bad,
 Vet ej hur det ser ut idag
 Allt är bra för mina behov
 Betalar redan campingsavg
 Betalar redan campingsavg
 Bort med skjutfältet

Bättre husvagnscamping-service
Besöker Å/K för bra camping
Info om isens tjocklek
Överexploaterat, campingen behöver upprustning
Ta bort träd utanför serveringen
Bättre ordning på campingen och service husen, mer belysning på campingen
Midsommarfirande, djur för barnen
Ta fram naturkyrkan och bort med träden utanför serveringen
Att man tar bort träd att man ser över slätten och att de skjuter mindre på fältet
Att även Sveaskog agerar angående skjutfältet
Bättre service med WC och sanitära frågor, kiosken bör vara öppen varje dag sommartid
Bättre underhåll av räcke runt sjön, bra område för alla
Det ska vara snyggt i skogen
Låt skidåkare betala för spåråkning, regulationer på badstrand om fiske och grillning
Betala via skattsedeln
Paradis för Örebrobor!
Servicen på restaurangen
Njuter av naturen
Bra bad och nära Örebro
Restriktioner för de som ej visar respekt, fler rastplatser, uthyrning av friluftsutrustning
Höj skatten om det måste finansieraras
Fiskekort för dem som bor utanför Garphyttan
Borde vara fiskeförbud nära bad, bra med kiosk
Svårt att svara på frågorna
Bra ordning och trevlig personal
Lagom stort och välordnat
Lättare att fiska med barnen, fler bryggor, fler toaletter runt sjön
Betalar gärna parkeringsavgift, men inte för att gå i skogen
Kvantitativa studier har begränsningar
Vill ha naturlig, oexploaterad miljö nära
Frågorna är ställda som att vi varit här ofta
Har fritidshus i Ånnaboda
Svår undersökning att svara på då man inte vet något om skog
Upp till skogsvårdsexpert att avgöra, inga stockar över skidspåren.
Är inte där så ofta
Tillåt lösa hundar i något upplyst spår
Ånnaboda bör ej organiseras sönder
Mer grillplatser utspridda, tacksamma för ett så trevlig område
Tillgängligheten är viktig, för ej bli ekonomiskt betungande att bedriva friluftsliv
Kunna få info om när det är skjutfritt på skjutbanan en månad i förväg
Dåligt skyltat skidspår, trångt och dåligt skött i omklädningsrum
Bussförbindelser, dass och ved. Allt som behövs!
Vedeldad bastu vid sjön vore trevligt
Inga kalhyggen alls, kan man inte göra som man gjorde förr?
Missat svarskuvert vid första utskicket
Bättre skyltning och markering av lederna
Brochyrer saknas ofta på plats. Trevligt med naturstig
God mat på restaurangen!
Bra mullespår
Bra med asfalterad slinga runt sjön
Nöjd!
Tycker inte man kan sätta pris på den sortens njutning, många skulle nog välja andra ställen
Mer loopar, så man slipper gå samma väg tillbaka, fäll träd vid utsiktsplatser med tavlor om vad man ser
Färre och mindre kalhyggen
Mer aktiviteter för småbarnen, pulkabackar och rastplatser runt sjön önskas
Bättre info om tillgänglighet på skjutfältet

Mer snö vintertid
 Ploga halva spåret runt sjön, samt mer aktiviteter för småbarn, betalar hellre högre skatt
 Bättre marknadsföring!
 Vore bra med kartor på vandringsleder
 Goodwill på inga avgifter
 Gillar skogen som den är, får inte bli för exploaterad
 Var bara på promenad med vänner, tar därför inte ställning till många frågor
 Byta ut tipspromenader, bänkar i solen, aktivitetsrunda, vackert
 Utmärkt ställe att ta med barn på och vänja dem vid friluftsliv
 Betalar gärna skatt men inte engångsavgift, låt inte skogsmaskiner förstöra marken, annars bra med
 Rastplatser och skidspår!
 Kartor med namn, naturen ska vara en fri tillgång, info om när skjutning pågår
 Vi är glada att ha detta område
 Info om evenemang, mer sommar och höst aktiviteter
 Fantastiskt område, men ej tillräckligt marknadsfört
 Ska man betala för att gå i skogen?
 För lite hyllor i värmestugan, förnya ställning för skidor
 Låt inte skogsägarnas intresse styra, kreativa lösningar till att utnyttja skogen!
 Gör om till naturreservat
 Var är frågorna om service?
 Det är bra att det finns någonstans att värma sig vintertid!
 Bra personal som ordnar med spår och kartor.
 Fler fiskevatten
 Stäng skjutfältet och avverka mindre skog
 För litet område, bort med skjutfältet och utöka skidspåren
 Bra som det är, orört!
 Skiduthyrning
 Fylla igen på från skogsmaskiner är önskvärt
 Dålig service på skidbackens faciliteter
 Inga inträdesavgifter, då får hellre Sveaskog strunta i satsningarna
 God möjlighet för utveckling, men då måste skjutfälten läggas ner
 Mer varierat och inga djupa spår från maskiner
 Dåligt mottagande av receptionisten vid anmälan av dåliga skidspår
 Mer mässor som har anknytning till natur och friluftsliv
 Dödsstöt att avgiftsbelägga friluftsaktiviteter
 Tillgång till ett mysigt kvällsöppet fik
 Bättre buss, bättre service och servering
 Normal skogsvård, en backe som hela familjen kan samlas vid även utan slalomskidor, inga fler avgifter
 vi betalar skatt
 Bevaka så att aktiviteter på skjutfältet inte ökar
 "Framtida urskog"
 Skogen bör skötas som naturreservat, bättre skyltning av spår, vägen upp bör skötas av Ånnaboda
 personalen
 Kostnader ska täckas via skatt, andra aktiviteter som skidlift bär sina kostnader själv
 Viktigt med handikapptillgänglighet, funkar bra!

Slutkommentarer från Örebrobor:

Trivs bra!
 Mer lekplatser
 Gallrad skog är trevligare än urskog för friluftsliv
 Är där sällan
 Saknas plats i enkäten att skriva att man inte är intresserad av skog
 Varit där mycket som barn
 Friluftsliv ska bekostas av skatten, inga död träd över stigar. Fyll igen körspår för att undvika vattensamlingar
 Uteslut motorsporter
 Info till bostadsområden, särskilt invandrartäta.

Använder sig av annat område
Hugg inte ner vår fina orienteringsskog
Bygga en Endurobana
Kör ut militärer och kolla jakten
Bra som det är
Oklart om några förändringar kommer ske i Ånnaboda
Anpassa skogsbruket till djurs och naturs förutsättningar
Friluftslivet ska vara gratis
Skyltat till Ånnabodabadet
Seniorbussresor
Vandringsled med övernattning och matmöjligheter
Tillgång till utförligt kartmaterial vid turistinfo och Ånnaboda
Övernattningsstugor som utflyktsmål
Informera nyinflyttade!
Fler grillplatser runt sjön med sand
Utveckla naturstig för barn, bra som det är
Kiosk/servering i anslutning till badplatsen vore bra
ARG, låt bli Kilsbergen
Att vägar ej plogas vintertid då de är utmärkta att lägga skidspår på
Vårda naturen
Det ska inte kosta något att gå i skogen, det ska gå på skatten
Uppskattar stället
Sköt skogen för bästa sätt för miljön. Om avgifter tas ut väljer jag andra områden
Tar hand om mitt eget skräp och behöver inga soptunnor
Har andra intressen
Vill inte ha sådana formulär
Skicka gärna en biocheck som tack för besväret
Vore bra med bussrundtur
Dyrt med mobilnummer, dåliga svarsalternativ
Bra som det är
Fräscha gärna till det
Skulle kunna gå med rullatorn
Jag vill inte ha någon avverkning alls, det ska vara naturskog
Ingen inträdesavgift, det ska vara gratis att vara i naturen
Viktigast med nära och lättillgängligt friluftsliv
Parkering eller x kr/timme för att åka längdskidor
Laga bryggan vid badet och se till att toaletterna är användbara
Höjd kommunalskatt, inte inträdesavgift
Satsa på fler bussar och ta avgift genom parkeringsavgift. Försök att få dit fler fåglar.
Använder mig inte av Kilsbergen, men tycker området är en bra resurs
Avgifterna borde delas av alla på skatten, Kilsbergen är en pärla för Örebrobor
Ta inte kontakt med mig igen
Bästa skötseln är när naturen och skogen trivs bäst
Pulka/skidbacke för småbarn önskvärt
Avgift som parkeringsavgift